

A folkcomunicação e a sala de milagres do Santuário de Santa Terezinha do Menino Jesus em Mata Grande- AL, Brasil

Universidade Federal da Bahia

Ariadiny Cerqueira Araújo
ariadiny.araujo@gmail.com

José Cláudio Alves de Oliveira
claudius@ufba.br

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar el mundo de las “promesas”, analizados a partir de la incursión realizada en Mata Grande junto al Proyecto Ex-votos México en 2015. Fue desprendido de las observaciones que la singularidad comunicacional es relevante para el otras áreas observadas con el mismo tema. La sala de milagros del santuario de Santa Terezinha, así como otras analizadas, tiene aspectos únicos y muy ricos, a pesar de que única, para estudios en diversas áreas del conocimiento, ya sea social, lingüístico, artístico, etc.. En estos espacios se representado memoria social y colectiva que ilustran, además de agradecer a los eventos, esperanza, fe, dedicación, amor, el miedo, los deseos, las necesidades, en las alegrías, en fin, una variedad de sentimientos que trascienden generaciones y que permanecen en un ciclo tradicional que no está limitado en el espacio o el tiempo que atraviesa generaciones. La base teórica se basa en los estudios de metodología de comunicación popular presentadas por Marques de Melo (2008), que unía a las resoluciones presentadas por otros investigadores en el campo de los exvotos, si integralizam el análisis de un ambiente rico en signos de una cultura regional. Por lo tanto, la investigación se justifica por la importancia del reconocimiento de una identidad cultural construida a partir de la comunicación de un pueblo a través de la fe.

Palabras clave:

Las habitaciones de los milagros; la comunicación popular; Ex-votos; La tradición; Comunidad.

Abstract

The objective of this research is to discuss the world of “promises”, analyzed from the raid carried out at Mata Grande next to Ex-votos Mexico Project in 2015. It was clear from the observations that the communicational uniqueness is relevant to the other areas with the same theme, observed. The miracles room of the Sanctuary of Santa Terezinha, as well as other analyzed, has unique and very rich aspects, even though unique, for studies in various areas of knowledge, whether social, linguistic, artistic, etc .. In these spaces are represented social and collective memory that illustrate, in addition to thank the events, hope, faith, devotion, love, fear, desires, the hardships, the joys, in short, a variety of feelings that transcend generations and who remain in a traditional cycle that is not limited in space or time traversing generations. The theoretical basis is built on studies of folk communication methodology presented by Marques de Melo (2008), which united the resolutions submitted by other researchers in the



field of ex-votos, if fully pays the analysis of an environment rich in signs of a culture regional. Thus, the research is justified by the importance of the recognition of a cultural identity constructed from the communication of a people through faith.

Keywords:

Rooms of miracles; folk; communication ; Ex-votos; Tradition; Community.

Resumo

O objetivo dessa pesquisa é discutir o mundo das "promessas", analisadas a partir da incursão realizada à Mata Grande junto ao Projeto Ex-votos do México, no ano de 2015. Ficou evidente a partir das observações que, a singularidade comunicacional é pertinente à outros espaços com mesma temática, observados. A sala de milagres do Santuário de Santa Terezinha, assim como outras analisadas, possui aspectos únicos e riquíssimos, mesmo sendo singulares, para a realização de estudos nas mais diversas áreas de conhecimento, sejam sociais, linguísticos, artísticos, etc.. Nesses espaços estão representados a memória social e coletiva que ilustram, além do agradecimento os fatos ocorridos, a esperança, a fé, a devoção, o amor, o medo, os desejos, as penúrias, as alegrias, enfim, uma variedade de sentimentos que ultrapassam as gerações e, que se mantêm em um ciclo tradicional que não se limita no espaço ou no tempo perpassando gerações. A base teórica se constrói sobre os estudos acerca da metodologia da folkcomunicação apresentado por Marques de Melo (2008), que unido às resoluções apresentadas por outros pesquisadores da área dos ex-votos, se integralizam na análise de um ambiente rico em signos de uma cultura regional. Desse modo, a pesquisa é justificada pela importância do reconhecimento de uma identidade cultural construída a partir da comunicação de um povo através da fé.

Palavras-chave:

Salas de milagres; Folkcomunicação; Ex-votos; Tradição; Comunidade.

Introdução

A representação das tradições entre os grupos sociais é repassada por gerações através de costumes, defendidos e conservados por esses. Faz parte da construção da história dos povos esta conservação e transmissão de costumes e atitudes que se transformam em cultura. Tendo a religião como um meio de transmissão de tradições, informações, ideias e ideais, opiniões e atitudes, partiremos para o alvo do nosso estudo: o ex-voto – objeto utilizado pelo devoto ao pagar determinada promessa à divindade a quem fez o pedido – como mídia de expressão da religiosidade na comunicação popular. No que tange a essa comunicação, destacamos que

nos ex-votos, permite-se entrever outra realidade: as moléstias são um modo simbólico de dizer como está a vida dos devotos, nos quais se observam a falta de saúde, emprego, moradia, inteireza etc. Entretanto, os fiéis sabem como transpor os percalços e re-criar suas vidas. Eles conhecem o trajeto a peregrinar e também o ente sagrado de quem poderão valer-se. (Oliveira 2003: p. 104)

O devoto criou uma linguagem própria para estabelecer uma relação com Deus através do santo de sua devoção: a linguagem ex-votiva. A partir disso, surge a ideia do ex-voto como elemento folkcomunicacional, que permite a troca de informações dentro de duas esferas: entre o fiel e o Santo, através do elemento que simboliza a graça alcançada, e em um momento posterior, através da comunicação entre o objeto ex-votivo e demais indivíduos que possam ter acesso a ele – seja em um museu, um santuário, uma capela, uma igreja ou uma sala de milagres – através da leitura feita a partir de cada observador.

O segundo momento referido é de maior interesse ao presente estudo. Sob a perspectiva de pesquisadores como terceiros envolvidos no processo de folkcomunicação na sala de milagres, faremos uma análise apresentando as considerações relacionadas ao contexto socioeconômico, tipológico e iconográfico nas finalidades diversas de seus conteúdos, os ex-votos documentados durante incursão à cidade de Mata Grande, no Sertão de Alagoas, realizada em meados de Janeiro do ano de 2015.

Em se tratando de um elemento de tamanha complexidade, são passíveis as inúmeras possíveis investigações, de acordo com as variáveis existentes no processo comunicacional, e, também no âmbito do tempo e do espaço, considerando que a prática do pagamento de promessas não é um costume iniciado nos dias atuais e não se detém a nenhuma região específica, pelo contrário, segundo Mota (1996: p. 5)

Sua prática é bastante antiga e sua história emerge da Antigüidade, quando, por exemplo, os guerreiros penduravam as armas após os combates e os doentes curados depositavam esculturas de pedaços do corpo, feitos de barro, nos templos de Delfos, na Grécia, de Diana, em Roma.

Trata-se de um elemento de maior complexidade ao olhar dos pesquisadores, que contém dois sentidos para interpretação, pois além de uma manifestação da fé por parte dos pagadores de promessas, cada ex-voto possui um significado singular e mensagem que relata fatos específicos da vida e dos acontecimentos que o levaram até o momento da desobriga.

A folkcomunicação a partir da ótica ex-votiva

O ex-voto se distingue do pedido ou da oração: é o testemunho de um milagre, um objeto (res)significado, que atesta uma graça alcançada e em um primeiro momento, estabelece a comunicação entre o fiel e o Santo(a) intercessor a Deus. Esses elementos têm a finalidade de pagamento de promessas. E no momento em que o devoto se encaminha até um santuário ou uma sala de milagres no intuito de realizar o pagamento de sua promessa de uma forma materialmente, ou seja, através de um ex-voto, ele está a realizando a desobriga.

José Marques de Melo (2008) desenvolveu diversos estudos sobre a teoria da folkcomunicação, tendo como referência a tese de doutorado de Luiz Beltrão em 1967. Marco fundador da teoria Folkcomunicacional. Melo (Idem) descreve o fluxo folkcomunicacional estabelecido por Beltrão (1967) e apoiando-se neste conceito, desenvolve um estudo que contempla variáveis que o complementam.

Para Melo (Ibidem, p. 84-85), as “peças” são mensagens explícitas de maneira geral e os “conteúdos”, mensagens camufladas que estão contidas nos elementos, e que podem ser decodificadas.

Primeiramente, podemos distinguir os agentes comunicacionais desse processo: os pagadores de promessas, que são os “comunicadores” e os “receptores”, os peregrinos, os curiosos ou mesmo os pesquisadores, qualquer um que faça uma leitura do ex-voto por meio da observação. Em segundo estão os “intermediadores”, artesãos que fazem parte da etapa de produção e confecção dos objetos e os comerciantes que as distribuem. Os “atravessadores” são determinados como os agentes que interferem na recepção das peças, geralmente funcio-

nários ou voluntários nos santuários, que realizam a triagem antes e depois da exposição ao público.

A “sala de ex-votos” ou “mostruário” ou de uma forma mais popular, nomeada Sala de Milagres, é o local onde as peças são organizadas, é o canal de comunicação. Os ex-votos provocam *efeitos* na sociedade, estes que são capazes de, sobretudo, identificar suas funções socioculturais e sua influência sustentadora e criadora de novos fluxos devocionais através da comunicação de retorno. Por fim, as “apropriações” do sistema folkcomunicacional pelo sistema de comunicação de massa ou pelos circuitos de difusão da cultura erudita.

As tipologias mais comuns observadas na incursão à sala de milagres do santuário de Santa Terezinha, em Mata Grande, Alagoas, Brasil variam entre: partes do corpo humano, em sua grande maioria confeccionados madeira ou parafina; fotografias, quadros e porta-retratos; roupas, calçados e acessórios; cartas e bilhetes; mechas de cabelo; esculturas antropomorfas e zoomorfas; pinturas; milagritos (pingentes diversos, em metal); entre outras imensuráveis. E como aponta Luis Saya (apud Beltrão, 2004, p: 118-119).

A tradição ex-votiva remonta à mais afastada atividade devocional. Onde por vezes surgiu como troféu de guerra, deposto após vitória, no altar do deus protetor; troféu que tanto podia ser arma ou insígnia, como a cabeça do inimigo. Outra forma, e esta até hoje bem viva na tradição católica de qualquer parte do mundo, consiste em pagar uma promessa relativa a doença ou desastre com objetos que lembrem o pedido feito: muletas, representação da parte do doente, peças do vestimento etc.

Para se elaborar um inventário, deve realizar alguns procedimentos e empregar a tipologia proposta pelo modelo de Jorge Gonzalez (1981), que classifica os ex-votos em: figurativos (que expressam a graça alcançada); representativos (que expressam a graça alcançada metonimicamente, ou seja, figurando momentos como o trabalho, a formatura, o casamento, a operação etc.); discursivos (descritos através da escrita); midiáticos (veiculados a meios de comunicação); pictóricos (ilustrado através de imagens, sejam pinturas, desenhos ou símbolos).

Entretanto, os tópicos do roteiro investigativo não serão aplicados a este trabalho, visto que aqui não há intenção de formular nenhuma análise comparativa entre salas de milagres.

O Santuário de Santa Terezinha do Menino Jesus, em Mata Grande (AL)

Em Janeiro de 2015, durante uma incursão realizada na cidade de Santa Brígida, região nordeste da Bahia, juntamente com o Grupo de Pesquisa sobre Cíbermuseum e o Núcleo de Pesquisa dos Ex-votos do Brasil (GREC- NPE) da Universidade Federal da Bahia, foi mapeada uma cidade ainda não explorada pelos pesquisadores. O grupo foi informado que a aproximadamente 118 km de onde estavam, existia uma pequena cidade, com grande efervescência religiosa e possível local de milagres.

A pequena cidade denominada de Mata Grande, localizada a 286 km de Maceió, possui aproximadamente

25.000 habitantes, mas recebe todos os anos milhares de fiéis de todo o Brasil. A cidade também tem o título de “capital da fé”, perdendo apenas para Juazeiro do Norte, no Ceará, terra do padre Cícero, e Bom Jesus da Lapa, na Bahia. O maior santuário religioso de Alagoas vem recebendo todos os dias, desde sua fundação, caravanas de romeiros de todo Brasil para venerar a santa Teresinha do Menino Jesus.

Os romeiros são recepcionados pelo Padre Sizo. Esse sacerdote é um religioso que se mostra de notável admiração pelos fiéis. Segundo mediadores do santuário, o Padre é muito popular, respeitado e considerado por todos como o condutor da fé à santa. Seu carisma e sua pregação foram os motores para que a cidade se tornasse referência em fé e religiosidade, embora seja ele criticado pelo Vaticano.

A cidade possui uma Igreja matriz, localizada no centro, e o santuário, que encontra-se em construção, localizado na parte mais alta da cidade, um projeto de quase 20 anos em execução pelo Padre Sizo. Da arquitetura, a parte interna foi a primeira a ser edificada e concluída, não havendo previsão de conclusão de todo o complexo religioso, porém, a fase concluída até o momento é motivo de admiração e contemplação dos fieis e visitantes que se dirigem ao local.

Ainda, segundo informações fornecidas pelos mediadores e funcionários do local, o padre pretende construir, no alto de uma serra com vista para a cidade, uma estátua de Santa Terezinha do Menino Jesus, com 36 metros de altura, que será a maior já construída da santa no mundo.

A sala de milagres se encontra no subsolo da Igreja que ainda não foi inaugurada. Do lado de fora do santuário, há um pequeno saguão, onde as paredes são preenchidas com placas ex-votivas. Uma prática identificada como singular no nordeste brasileiro. A sala de milagres é de grande proporção, ampla, limpa, arejada e iluminada por luz natural e artificial.

Imagem 1. Sala de milagres do Santuário de Sta. Terezinha em Mata Grande, AL
Fonte: autoria própria (2015).

Os ex-votos estão expostos por toda a sala, separados por classificação tipológica, fileiras de garrafas de cachaça, copos, cachimbos e carteiras de cigarro nos alertam para a nova formação social, que é marcada por vícios. A presença de objetos zoomorfos, incluindo a reprodução em tamanho real de um boi é um exemplo do que se pode chamar de tipologia determinada pelo meio geográfico, basta observar que a cidade está localizada no sertão de Alagoas. A mensagem subliminar fornecida pelos sertanejos concentra-se no apelo pela vida dos animais, para que esses sobrevivam à seca.

Conclusão

É notável o potencial informativo dos ex-votos. É evidente o poder simbólico que ele traz em sua forma, seja ela através de expressão artística ou não. No caso específico de Mata Grande, dois exemplos demonstram sua capacidade de expressar diferentes dimensões humanas que podem transpor sentimentos individuais ou coletivos e até questões estruturais do ambiente familiar ou social.

O primeiro são as representações zoomorfas. Simples, ou cópias mais precisas, como por exemplo o boi em tamanho real, elas são capazes de demonstrar que o sujeito vai além das suas próprias aflições: ele intercede pelos animais que, indefesos, acabam morrendo após os longos períodos de estiagem que castiga o sertão. Seu clamor ultrapassa os interesses econômicos, faz parte de um contexto sentimental que apenas pode ser sentido por aqueles que compõem aquele ambiente sociocultural.

Outro exemplo são os objetos utilizados para simbolizar a dependência química, encontrados em grande quantidade, sejam representados por remédios de tarja preta, por garrafas e copos de cachaça ou por cigarros e cachimbos. Dentro ou debaixo de algumas garrafas e copos, dentro das caixas de remédios, carteiras de cigarro, ou anexados de alguma forma a alguns cachimbos, os pagadores depositam cartas ou bilhetes em que agradecem pelo afastamento dos vícios. Pela quantidade, se torna evidente que questões relacionadas a problemas pessoais acabam tomando maiores proporções, seja por conflitos familiares ou no ambiente da comunidade, fazendo com que a família precisa interceder pelo toxicômano.

A sala de milagres do santuário de Santa Terezinha do Menino Jesus é um exemplo concreto das variáveis contempladas por Marques de Melo (2008). É possível perceber todas: peças (ex-votos), conteúdos (mensagens camufladas em cada peça), comunicadores (pagadores de promessas), receptores (visitantes das salas), intermediadores (artesãos e comerciantes que produzem e distribuem as peças), atravessadores (receptionistas, responsáveis pela triagem e

organização da sala), mostruário (sala de milagres, meio de comunicação), efeitos (características socioculturais e influências retroalimentadoras da força exercida pelo ciclo devocional) e apropriações (adequação da cultura erudita pelos sistemas de comunicação).

Para Oliveira (2009: p.31) “todos os ex-votos da sala de milagre são documentos.” Nela podemos encontrar documentos da vida de pessoas das mais distintas classes sociais ou econômicas: sertanejos, trabalhadores, desempregados, turistas, estudantes, ricos e pobres. “Refletem a crença, a fé e as atitudes do homem da vida, da doença, da morte, da ambição, da festa, de variados valores sociais políticos e econômicos”. (Idem)

Ao manter a tradição, acabam por realizar a comunicação de retorno, já apresentada, em que “as pessoas se espelham no costume de ir a um ambiente do povo rezar e fazer a desobriga” (Ibdem). Sem perceber, são comunicadores e com isso alimentam um ciclo religioso que dá suporte e fortalece a comunicação por meio do fluxo devocional.

Bibliografia

- Beltrão, Luiz. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004, p. 118-119.
- Gonzalez, J. *Exvotos y retablitos: comunicación y religión em México*. In: GONZALEZ, J. Cultura(s). Colima: Universidad de Colima, pp. 9-100.
- Marques De Melo, José (2008). *Mídia e Cultura Popular: História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação*. São Paulo: Paulus,. 236p .
- Mota, P. (1996) “*Estresse lota de ‘cabeças’ sala de féis*”, Folha de São Paulo, p. 5, disponível para assinantes em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/7/14/cotidiano/11.html>
- Oliveira, José Cláudio Alves de. “*Forma e conteúdo*”. In: Revista de História da Biblioteca Nacional. Ano 4, nº 41, fev. 2009, p. 30-31.
- Oliveira, Marcelo João Soares de. *O Símbolo e o Ex-voto em Canindé*. REVER (PUCSP), v. 03, p. 99-107, 2003.
- Saya, Luiz. *Escultura Popular Brasileira*, SP: Ed. Gazeta, SP, 1944

Biografia

Ariadiny Cerqueira Araújo - Graduanda no Bacharelado Interdisciplinar em Humanidades pela Universidade Federal da Bahia, é bolsista de iniciação científica (PIBIC-CNPq) no projeto de pesquisa Ex-votos do México, onde realiza pesquisa de campo e análises iconográficas, discursivas e de semiótica desde 2014. É integrante do Grupo de Estudos sobre os Cíbermuseus (GREC) e Núcleo de Pesquisas dos Ex-votos (NPE).

José Cláudio Alves de Oliveira - Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea, pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), Brasil. Pós-doutorado em Comunicação e Tecnologias, pela UMinho, Portugal. (FAPESB BOL2757/2012, CAPES BEX18009/12-3). Professor Associado I da UFBA. Chefe do Departamento de Museologia da UFBA. Coordena o Núcleo de Pesquisa dos Ex-votos e o Projeto Ex-votos do México (CNPq). Conselheiro do Museu de Arqueologia e Etnologia da UFBA.