

## **Da folkcomunicação à mídia clássica: divergências e aproximações entre museus dos ex-votos e salas de milagres. (1)**

**José Cláudio Alves de Oliveira (2)**

**RESUMO:** O presente artigo tematiza os ex-votos. Em seu conteúdo, além da contextualização que se faz sobre esse objeto de tradição cultural milenar, está o processo comunicacional que se dá em dois ambientes onde se pode fruir o ex-voto: os ambientes museísticos com acervos ex-votivos, articulados com a comunicação clássica, e daí a formalidade; por outro lado, as salas de milagres, onde a fruição acontece num processo mais livre, pois advém, e é dinamicizado, pelo povo, num processo informal e assistemático sintomático da folkcomunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ex-votos, comunicação, folkcomunicação, ambientes.

### **FOLKCOMUNICAÇÃO: A COMUNICAÇÃO POPULAR**

Em 1967, quando o jornalista Luiz Beltrão defendia sua tese de doutorado na UNB, estava criando e fazendo nascer uma nova disciplina, a Folkcomunicação, ainda pouco conhecida e pouco entendida pela maioria dos professores e acadêmicos, hoje mais difundida, com grupos de pesquisadores no Brasil e no mundo, mas ainda escondida das disciplinas mais clássicas da comunicação nas suas habilitações.

Naquela década, as teorias da Comunicação estavam mais voltadas para as formações semióticas e semiológicas, tecendo construções nos campos do estruturalismo e sustentando ainda mais a idéia do Jornalismo. Assim como hoje há uma avalanche de questionamentos e teorias sobre a cibercultura, uma área que cresce a cada instante no campo das ciências da informação e, mais precisamente, na Comunicação.

As tradições populares, até então, eram focadas por áreas como o Folclore, a Antropologia e a História. Foi com Beltrão que a análise da comunicação popular, oriunda das atitudes interioranas para o mundo urbano, começou a se delinear, com uma maior interpretação do folclore, área mais difundida e conhecida no mundo inteiro.

Em recente livro, José Marques de Melo enfatiza que Luiz Beltrão suscitava o olhar dos pesquisadores da comunicação para um tipo de objeto que já vinha sendo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação pela FACOM-UFBA. Professor do Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade da FACOM-UFBA. Pesquisador do CNPq. [claudius@pesquisador.cnpq.br](mailto:claudius@pesquisador.cnpq.br)

competentemente estudado pelos antropólogos, sociólogos e folcloristas, mas era negligenciado pelos comunicólogos. (MELO, 2008, p. 19)

Beltrão se voltou para o estudo da comunicação popular, a manifestação espontânea dos grupos sociais. Daí o termo *Folk* – popular, espontâneo, irreverente diante de instituições e datas – e o termo comunicação, refletindo na transmissão, nas trocas, na difusão.

Com os seus estudos, agregado as teorias que analisam o folclore e a cultura popular, Beltrão caminhou mostrando a Folkcomunicação como fator importante para o diálogo com as classes inexploradas pelos *mass media*. Além disso, teceu comentários sobre manifestações do povo, no campo das artes, da religião, da música e literatura, como contributos para a identidade local e nacional, como valores que demonstram acontecimentos locais disseminados pelos grandes centros, como a literatura de cordel, o regionalismo das palavras, a indumentária das festas populares e muitos outros fatores que estão, é bem verdade, integrados em sua grande maioria nos festejos produzidos e explorados pelas grandes mídias.

A Folkcomunicação passou a ser vista como disciplina que analisa as produções entre duas culturas, uma elitizada, massiva e outra que parte do povo, do espontâneo, seja das vias urbanas ou rurais.

Para Beltrão (1971) o folclore compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a folkcomunicação caracteriza pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Ou seja, o que se torna popular passa a ser apropriado e, mesmo modificado, usado para novas construções, com significados que se tornam tradição entre comunidade e ganham difusão, conseqüentemente, expansão.

Beltrão também classificou o que ele denominou de “fenômenos da comunicação popular”, conceituados como gêneros *folkcomunicacionais*, que compreende as formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural difundida pelo povo, por comunidades, urbanas ou rurais. Tais gêneros são os caracterizadores dos mecanismos artesanais de difusão simbólica que expressam, em linguagem popular, mensagens. Nesse sentido, podemos pensar, sobretudo, na Literatura de Cordel, que nos presenteia com os folhetins, os rótulos de garrafas de cachaça e licores e o repentismo. Assim como nas diversas manifestações populares que trazem as riquezas e mensagens através das cores, das cantigas, dos brinquedos, das brincadeiras, dos folguedos, festas,

religiosidade e uma infinidade de atividades e atitudes que o homem criou e cria espontaneamente no anseio popular.

Nesse sentido estão os ex-votos, as “premissas”, os “milagres” as graças alcançadas que advêm da religião do povo, milenar, do “catolicismo rústico do campesinato, do pentecostalismo tradicional, das modalidades arcaicas e atuais de cultos afro-brasileiros e os surtos messiânicos” (BRANDÃO, 1980), que em muitas vezes se mistura de tudo, ao se tomar como base critérios mais culturais do que políticos, quando se extrai uma variação de modelos culturais, em certos sentidos livres dos anseios institucionais, ou seja, o que se prevalece é a espontaneidade de cada um, e aqui a questão das mensagens e informações que o indivíduo coloca em uma sala de milagres, testemunhando os benefícios que teve através da promessa.

O ex-voto vem de uma porcentagem muito grande da população simples, e que por isso torna-se fácil verificar, em textos, falhas ortográficas e erros gramaticais e morfológicos da língua portuguesa nas cartas e bilhetes ex-votivos, que mesmo escritos com “erros”, conseguem transmitir a mensagem e, acima disso, manter uma tradição que advém das escritas que facilitavam (e facilitam) as cenas fotografadas ou pictóricas dos ex-votos produzidos em tábuas e em telas. <sup>(3)</sup>

O aspecto testemunhal do ex-voto exige um processo de comunicação social. Com isso podemos perceber as formas testemunhais ex-votivas de representação iconográfica da graça obtida, envolvendo a ocorrência que motivou a graça (doença, obtenção da terra para plantar, da casa, do carro etc.) à representação escultórica da doença curada que é a forma mais conhecida de um ex-voto.

## **MUSEOLOGIA: ENTRE SISTEMA, AMBIENTES E OBJETOS.**

Os ex-votos são apresentados ao público em salas de milagres, cruzeiros, cemitérios e cantos de igrejas e santuários, como também já fora do contexto, *in natura* do processo comunicação-religiosidade, nos museus.

As salas de milagres são ambientes que proporcionam grande processo da comunicação humana, onde, da pulsação vital à reação, fluem com suas imagens e

---

<sup>3</sup> Os ex-votos pictóricos trazem as cenas em que o padroeiro aparece ao crente, geralmente enfermo. Logo no roda-pé do quadro o texto referenciando o milagre. Este tipo teve início no período pós-renascentista.

escritas, mensagens e informações que, a partir dos ex-votos, atraem centenas de pessoas, numa velocidade que ultrapassa os museus que possuem acervos “ex-votivos”.

Os museus dos ex-votos nascem a partir das salas de milagres. Outro aspecto refere-se à transladação do ex-voto. Ainda hoje muitos ex-votos são enviados aos museus quando se nota uma maior atratividade e valor do objeto (sugeridos pelos administradores dos santuários).

Em suas origens as salas de milagres têm o propósito da liberdade da expressão da fé, indo além do expositivo. Nela o peregrino, além da visita, faz a sua contrição, reza e “deposita” o ex-voto, encerrando o ciclo de um processo, que o da comunicação com o seu padroeiro, e da divulgação da sua mensagem aos observadores.

Mesmo que nas salas de milagres e nos museus haja a apresentação da crença católica, a fruição da religiosidade é mais latente no ambiente em o processo da crença acontece. Na sala de milagres, portanto, o sentido da fé e da prática religiosa engloba as rezas, o fetiche e manifestações (artísticas e místicas) que se desenvolvem com mais intensidade.

A sala de milagres não é museu. Dinamiza mais o seu acervo e proporciona ao observador uma maior percepção do estudo da fé. Embora faça parte de aspectos museológicos, trazendo elementos expositivos, ambiente cenográfico e o próprio objeto documental, o ex-voto.

Com divisão e com vinculação, a “Sala de Milagres” conduz o público ao museu direta e indiretamente. No primeiro, ela é caminho para a porta do museu, é também uma prévia do acervo do museu. No segundo, ela conduz o próprio objeto ao museu, aumentando o seu acervo, nutrindo o “estágio científico” do processo ex-votivo.

Quando partimos para o pensamento de Luhmann (1992) dilatamos o conceito de comunicação e vemos qualquer forma expressa como sendo o resultado de uma operação de decisiva importância para qualquer sistema. Para Niklas Luhmann, formar (e informar) significa traçar uma linha que serve de fronteira entre dois lados, dos quais apenas um continuará a ser usado para posteriores operação. A forma expressa estabelece uma diferença, o ato de discernimento que é decisivo nela. Neste sentido, o próprio sistema tem uma forma que é o diferencia do ambiente. Os sistemas particulares se diferenciam segundo o modo como reincorporam no seu interior essa forma básica.

Independendo da *forma*, o museu preserva o objeto que pode ser temático (por preservar apenas temas refletidos e gravados em suportes metodologicamente criados) e

estético (quando o objeto perde a sua utilidade sócio-cultural de uso e passa a ser fonte de exposição e de pesquisa).

A forma arquitetônica é um mero suporte que funciona como plataforma para os subsistemas e ambientes, nos quais os acervos são transformados em dados e banco de imagens (objetos), áudio e temas possíveis de uma dessacralização que há muito vários seguimentos da sociedade querem ver, pois muitos documentos e objetos ficaram por longo tempo guardados em redomas e reservas técnicas dos museus.

Transferindo esse pensamento para o museu – e refletindo no ideário de Niklas Luhmann – vemos uma instituição midiática, como sistema social, formada por quatro subsistemas museológicos que são a **documentação**, voltada para todo o processamento da informação museística; a **comunicação museográfica**, aplicada à divulgação do acervo no museu; a **educação**, que trabalha a linha pedagógica baseada nas categorias que o museu; e a **conservação**, voltada para a integridade do patrimônio total do museu, onde se encontram também as funções de **restauração**, que cuida do restauro dos objetos, principalmente dos artísticos; a **segurança**, dotada da **segurança eletrônica** e da **segurança pessoal**, com guias, monitores e guardas de acervo; e a **limpeza**, que é a conservação básica e higienização de todo o patrimônio, gerenciada diretamente pelo subsistema da conservação.

Ao contrário do museu, a sala de milagres possui apenas um sistema, que podemos aqui, provisoriamente, denominá-lo de “espontâneo”, onde a comunicação flui em um ambiente formado pelo próprio povo, pela ação popular, marcada por interesses particulares, cujos objetos-testemunhos independem de suportes informacionais, pois eles, os objetos, já trazem a informação, criando a expectativa nos observadores atônitos para ver as histórias, os sentimentos, as pretensões e desejos de cada um dos expositores que entraram na sala para colocar, para divulgar as suas vidas.

O museu além de ser fomentado pela sala de milagres, possui a sua coordenação museológica, retratada pela ciência formal e acadêmica, que sistematiza os caminhos dos sistemas museísticos, planejando a exposição permanente, criando formas de etiquetas e, o principal, tombando e documentando cada objeto.

Todavia, cunhando aqui o pensamento de Stransky, um dos grandes teóricos da atualidade, a Museologia é definida como

“...uma abordagem específica do homem frente à realidade cuja expressão é o fato de que ele seleciona alguns objetos originais da realidade,

insere-os numa nova realidade para que sejam preservados, a despeito do caráter mutável inerente a todo o objeto e da sua inevitável decadência, e faz uso deles de uma nova maneira, de acordo com suas próprias necessidades.”

Tal pensamento, alongado quando o autor fala da “coleta museal”, demonstra tanto o caráter científico que sistematiza o museu, quanto um dos primeiros fatores que formam o museu: a documentação, ou o sistema de documentação museológico (SDM). Para Stransky, um sistema de documentação, ou simplesmente a documentação museológica, é algo que se configura como engrenagem contínua na ciência, que busca a robustez metodológica da heurística, com a pesquisa sobre o objeto, atualizando-o e mantendo a exposição museográfica sempre atualizada, renovada. Do contrário, o museu cairia no ócio, ou no que popularmente – e erroneamente – se denomina de “casa das múmias” ou “casa das naftalinas”.

A sala de milagre, ao contrário dos museus, tem em seus objetos um curto tempo, quase que efêmero, que corresponde a sua velocidade, rapidez e mutação estética do ambiente, da quantidade dos objetos e da maior liberdade de divulgação das informações, concretizando assim um grande processo de comunicação, onde a novidade é constante e, portanto, fazendo-a a partir dos ex-votos, um ambiente de constante do fenômeno mutação.

Comunicação é um fenômeno que surge quando informação, enquanto novidade, precisa ser interpretada. Quando não há nada de novo, nada há a ser interpretado e comunicado. É por isso que informação e comunicação têm pouca importância em sistemas estabelecidos na tradição. (STOCKINGER, 2003, p. 12)

Numa sala de milagres vale a transformação, onde o ex-voto tradicional dá lugar às fotografias, e essas a placas em relevo, e até mesmo a filmes VHS. Onde os mistérios da informação ficam guardados nas placas de carros, nos miomas *in vitru*, nas mechas de cabelo, trazendo ao observador mais instigação às interpretações, fatores comunicacionais que estão muito mais ocultos do que as cartas ex-votivas, as esculturas e as pinturas, fatores da evolução dos tempos que esse rico objeto nos dá.

## MUSEUS DOS EX-VOTOS E SALAS DE MILAGRES NO BRASIL

No Brasil há centenas de salas de milagres espalhadas por cada canto do país. As maiores e mais famosas encontram-se entre São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Ceará, sobressaindo uma no Norte, muito famosa, a do Círio de Nazaré, em Belém do Pará.

Algumas dessas salas, que estão em santuários consagrados pelas peregrinações, romarias e Igreja Católica, possuem os seus museus, espaços e ambientes que divulgam a riqueza da religião cristã católica, entre a arte sacra, a ourivesaria e prataria, a alfaia e, evidente, os ex-votos.

Porém, percebemos hoje que há duas tipologias entre os museus no tratamento dos ex-votos, na diferenciação da estética, na tipologia museológica e na relação com os santuários. Por exemplo, há museus que possuem acervos diversificados, com um conjunto em separado de ex-votos, mesmo quando inseridos no próprio santuário; outros totalmente constituídos de acervos ex-votivos.

Para termos uma idéia das diferenciações desses espaços, o Projeto Ex-votos do Brasil <sup>(4)</sup> mapeou e vem catalogando diversos santuários, e entre eles, a constatação de um quadro evolutivo no processo de comunicação entre salas de milagres e museus com acervos ex-votivos. O quadro abaixo clareia essa diversificação e tipologia. <sup>(5)</sup>

Museus	Categoria	Documentação	Expografia	Taxa
Regional de Canindé	Cultura popular em geral.	Pouca sistematização	Simple, mas com circuito fechado	Sem taxa
Santuário de Aparecida	Restrito a ex-votos	Sistematizada, com museólogos profissionais	Formal .	Com taxa
Bomfim	Restrito a ex-votos	Sistematizada, sem museólogos profissionais	Formal .	Com taxa
Carmo, em Cachoeira, BA	Arte sacra cristã	Sem documentação	Antiga sala de milagres	Com taxa
Casa do Padre Cícero	Histórico	Sem documentação	Ex-votos e pertences do Padre Cícero	Pagamento facultativo
Cidade, em Salvador,	Cultura popular em geral.	Sistematizada, com museólogos profissionais	Acervo variado, com exposição de ex-votos	Com taxa
Câmara Cascudo, em Natal	Cultura popular em geral.	Sistematizada, com museólogos profissionais	Acervo variado, com exposição de ex-votos	Com taxa
Museu do Homem, e em Recife	Cultura popular em geral.	Sistematizada, com museólogos profissionais	Acervo variado, com exposição de ex-votos	Com taxa
Penha (ES)	Arte Sacra	Sistematizada, com museólogos profissionais	Acervo variado, com pequena exposição de ex-votos	Com taxa

Fonte: Projeto Ex-votos do Brasil – CNPq.

<sup>4</sup> Projeto apoiado pelo CNPq desde 2006, que vem documentando os ex-votos em santuários, cruzeiros, espaços avulsos e museus, cujo autor deste artigo é o Coordenador.

<sup>5</sup> O Projeto Ex-votos do Brasil ainda não incursionou no santuário de Nazaré, em Belém.

Todavia, num processo folkcomunicação, é na “Sala de Milagres” que os ex-votos são depositados, seja de forma simples, colocados com o fetiche de cada um dos sujeitos que mantêm a tradição, quando é tomado pela contrição do corpo ao ajoelhar-se, benzer-se, orar e fazer a desobriga, num ato que explicita, na fé popular, a crença.

Mas há, no universo de salas de milagres, certo hibridismo entre o espaço destinado a um processo folkcomunicação e algo que já demonstra a interferência administrativa ou científica. É o que acontece no Horto de Juazeiro, em Juazeiro do Norte e nas salas de milagres dos santuários de Aparecida (SP), Bomfim (BA), Penha do Rio de Janeiro e Espírito Santos e no Convento do Carmo, em São Cristóvão, Sergipe.

Sala	Localização	Tipo de interferência	Expografia	Colocação do ex-voto
Horto de Juazeiro	Distante da Igreja principal onde está sepultado o Pe. Cícero	Vitrines e etiquetas nas prateleiras. Sinalização	Organização da tipologia ex-votiva	Livre. Mas observado por funcionários
Santuário de Aparecida	No próprio santuário	Vitrines e etiquetas nas prateleiras. Sinalização	Organização da tipologia ex-votiva	Sinaliza um único local, para triagem
Bomfim	Restrito a ex-votos	Pequena organização na tipologia	Organização da tipologia ex-votiva	Sinaliza um único local, para triagem
Penha – RJ	No próprio santuário	O horário. Abre somente aos domingos.	Organização da tipologia ex-votiva	Dispersa pela igreja
Penha – ES	Arte sacra cristã	Vitrines e etiquetas nas prateleiras. Sinalização	Mantém a estética de uma sala de milagres	Sinaliza os locais
Carmo – SE	No Convento do Carmo	Pequena organização na tipologia	Mantém a estética de uma sala de milagres	Livre

Fonte: Projeto Ex-votos do Brasil – CNPq.

Observando acima o “comportamento” em cada sala, pode-se perceber que há uma grande diferença delas com outra que nem ao menos “sinalizações”, quiçá etiquetas, a exemplo das salas dos santuários de Bom Jesus da Lapa, Matosinhos, São Judas Tadeu (RJ e MG), Canindé e outras. Nessas a liberdade da desobriga é consagrada.

Tomemos como *case* o santuário da Penha no Espírito Santo. À entrada da sua sala de milagres está a placa que regulamenta dois pormenores: O primeiro mostra a subdivisão do painel da sala. A área central, com o oratório onde está entronizada a imagem de Nossa Senhora da Penha – imagem peregrina executada por iniciativa do Guardião do Convento da Penha em 1958 – encimada por dois anjos recortados em



madeira dourada, à semelhança daquele existente altar da Capela Mor da Igreja do Convento, e emoldurada por retratos de criança. O oratório tem sua parte externa trabalhada em forma de palmas estilizadas, muito utilizadas na decoração dos antigos altares barrocos. No fundo do oratório, uma pintura reproduz a imagem de Nossa Senhora da Penha e ficará visível quando a imagem principal se ausentar nas procissões. A área esquerda é ocupada por ex-votos que demonstram o agradecimento dos fiéis pela solução de problemas relacionados ao amor e à felicidade, representados no casamento e na família. A área direita é ocupada por retratos de fiéis adultos e por sinais de graças alcançadas na cura de dores física, apontando a fé da Virgem como elemento de cura desses males. Esta parte apresenta pintura representando o Convento da Penha e aspecto da romaria anual dos homens. A base do painel receberá os novos ex-votos, que serão periodicamente remanejados para registro e guarda.

Há também na sala “um aviso importante” que normatiza o tipo de fotografia que poderá ser colocada na sala. (Fig. 1)



Fig. 1. Aviso que normatiza a colocação dos ex-votos

Por outro lado, o museu, tradicionalmente visto pelo público em geral como espaço imponente, de “deslumbre”, do “silêncio” e ares monumental, atende aos rigores da funcionalidade. Tem o seu horário de abrir e fechar, possui taxas e funcionários que monitoram os observadores (peregrinos, turistas etc.).

Ainda falando do santuário da Penha do Espírito Santo, no seu museu, logo à entrada está uma pequena placa destacando os painéis de ex-votos, a única tipologia do gênero no ambiente. São pinturas sobre papel, madeira, tela, todas dos séculos XIX e XX, trazendo no texto, da placa, a apresentação do “raro conjunto de ex-votos

narrativos, obra de artistas populares, pagamento de promessa a N. S. da Penha. De influência portuguesa, foram introduzidos no Brasil durante o período Colonial. Registram ambientes, hábitos e objetos de época” (sic.) (Fig. 2)

Embora pequena, a sala de milagres do Santuário de Penha, em Vila Velha, reserva uma variada tipologia ex-votiva, que parece infinita. A variedade percebida mostra bilhetes, cartas e cartões, estatuetas, fitas, cabelos, fotografias, diplomas, esculturas de madeira, insígnias, sapato, requisição (acompanhada do resultado do exame), carteira de cédulas, caixa de remédio, vestimenta (variadas), cédulas e moedas, terços, mobiliário, órgão musical, prataria, figas, chaves, espadas em miniatura, tesoura, argolas, pedras, instrumentos musicais, murais de fotografias e reportagens, taças, cálices, lápides, livros, discos, olhos de vidro, marca-passo, vasos de louça e porcelana, dissertação de tese, convites de formandos, castiçais, becas etc.



Fig. 2. Plotagem informativa no museu

O museu do santuário da Penha de Vila Velha tem a sua diferenciação dos museus dos santuários da Penha do Rio de Janeiro, do Bomfim de Salvador e de Aparecida, em São Paulo. Esses possuem acervos puramente ex-votivos, ao passo que em Vila Velha a sua exposição traz alfaias, imaginária sacra erudita e mobiliário sacro. Portanto, mais erudito do que popular, onde todos os objetos, resguardados por redomas de vidros, possuem etiquetas e tombamento.

Fica evidenciada uma divisão através do valor e expressividade dos objetos. É uma vinculação onde acontece o processo ex-voto-sala de milagres-museu. Assim sendo, a “sala de Milagres” tem um caráter mais que expositivo. Nela o peregrino reza e deposita o ex-voto, ao passo que, no museu, apenas observa o acervo.

Com relação ao público, nota-se, baseado no conceito de museu, uma maior importância dada ao espaço museológico. Ele é um “deslumbre”; propõe uma imponência e chega a ser algo dantesco em relação aos olhares do público. Isso se deve a funcionalidade. O museu fecha em um período maior de tempo durante o dia, o que faz com que haja uma apreensiva expectativa por parte dos visitantes.

Do ponto de vista da vinculação verifica-se que a religiosidade é mais atuante na “Sala de Milagres”. Nela, o sentido da fé, sua prática religiosa engloba as rezas, oferendas e manifestações (artísticas e místicas) desenvolvem com mais liberdade e sem taxas. De modo geral é a religiosidade que proporciona o museu, com um acervo diversificado e mais leve em relação às pesadas peças ofertadas pelas tradicionais famílias.

A “Sala de Milagres” não é museu. E por isso não é “lugar de coisa velha”. Dinamiza mais o seu acervo e dá ao pesquisador uma maior percepção do estudo da fé. Ela faz parte do estudo de diversos campos científicos, como a Comunicação, a própria Museologia, artes, antropologia e outras.

A “Sala de Milagres” conduz o público ao museu direta e indiretamente. No primeiro, ela é via e caminho para a porta do museu, é também uma prévia do acervo do museu. No segundo, ela conduz o próprio objeto ao museu, aumentando o seu acervo.

Porém, os ex-votos e a sala de milagres não precisam das etiquetas, das *plotagens*, das vitrines, do circuito pré-estabelecido e de uma linguagem científica, acadêmica, metodologicamente criada para e no processo de tombamento dos objetos que são expostos ao público.

A sala de milagres é criada pelo povo, não pelo cientista da museologia ou história. A sala é disposta a partir das contrições, das desobrigas, do movimento dos romeiros e peregrinos que se dirigem para “depositarem” os seus bilhetes, cartas, estatuetas, esculturas e outros muitos objetos que se variam a cada dia.

Esse espaço, do povo, não precisa da ficha de localização e muito menos das etiquetas, pois essas são colocadas intrinsecamente no objeto, onde a informação é partícipe da imagem ou texto próprio do ex-voto, criado pelo cidadão comum, pelo

popular, que numa linguagem mais acadêmica pode ser entendida como uma ação folkcomunicacional. (BELTRÃO, 2004)

Numa reflexão trazida por Marques de Melo (2008), o pensamento comunicacional de Beltrão, repercutido na era de Marshal McLuhan, quando buscou as interações entre a aldeia local e a aldeia global, constrói um referencial teórico consistente, lançando pontes entre a *media* popular (*folk*) e os *mass media*. Na verdade Beltrão reconheceu o “universo que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo, ao mesmo tempo”, que os sistemas comunicacionais da industrial cultural e da cultura popular continuarão se articulando numa dialética contínua e criativa, mesmo que para isso aconteça a queda da liberdade no processo de fruição entre o homem o ex-voto e o seu padroeiro num espaço consagrado à devoção. (MELO, Id., 24) É a improbabilidade que passa a acontecer no processo interativo do sistema social (LUHMANN), fator imprescindível para a dinâmica da comunicação, e perpétuo à dinâmica dos ex-votos.

## Referências

ANDRADE FILHO, Oswald de. **A pintura popular no Brasil**. Rio de Janeiro: MEC, Companhia de Defesa do Folclore Brasileiro, 1968. 11p. (Cadernos de Folclore).

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e Metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Os Deuses do Povo**. São Paulo: Brasiliense, 1980

ENCICLOPÉDIA Delta Larrousse. Rio de Janeiro: Delta, 1972. v. 6, 2645, il.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977. p. 212.

LUHMANN, Niklas. “Teoria dos sistemas, teoria evolucionista e teoria da comunicação”. In: LUHMANN, Niklas. **A improbabilidade da comunicação**. S/l: Vega. 1992. Partes II-IV. p. 96-126

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008. (Coleção Comunicação)

OLIVEIRA, José Cláudio Alves de. “Democracia e informação: os museus virtuais totais”. In: **Diálogos possíveis**. Vol. 1, n.0 (jul/dez 2002) Salvador, 2002. p. 133-148. II.

\_\_\_\_\_. “O museu e as tecnologias da inteligência: memória e objeto”. In: **Revista da FDJ**. Vol. 1, n. 0 (jul/2003) Salvador, 2003. p. 88-105

\_\_\_\_\_. **Museus digitais e cibermuseus: sistema, objeto e informação dos bancos de dados iconográficos: problemas e perspectivas da pesquisa científica no ciberespaço.** Salvador: FACOM-UFBA, 2004. 2 v. 640 p. il. (Tese de Doutorado)

\_\_\_\_\_. “Ex-votos da sala de milagres do Santuário de Bom Jesus da Lapa na Bahia: Semiologia e Simbolismo no Patrimônio Cultural”. In: **Em foco** – Revista Museu. Disponível em: <http://www.revistamuseu.com.br/emfoco/emfoco.asp?id=6942> . Acesso em 25 de março de 2009

\_\_\_\_\_. “Semiologia dos ex-votos na Bahia: arte, simbolismo e comunicação religiosa”. In: **Diálogos Possíveis**, Ano 5.n.2, julho / dezembro 2006. p. 111-125. Disponível também na web em [http://www.faculdaDESocial.edu.br/dialogospossiveis/artigos/9/7dp\\_joseoliveira.pdf](http://www.faculdaDESocial.edu.br/dialogospossiveis/artigos/9/7dp_joseoliveira.pdf)

\_\_\_\_\_. “Ex-votos escritos: a riqueza e a pobreza da gramática e da ortografia nas salas de milagres do Brasil”. Trabalho apresentado no NP-Intercom - Folkcomunicação, no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, em setembro de 2007, no **INTERCOM 2007 - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, em Santos, São Paulo. (CD ROM e na web disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0069-1.pdf> )

\_\_\_\_\_. “A devoção popular e a riqueza ex-votiva nas salas de milagres dos santuários brasileiros”. Trabalho apresentado no III Simpósio Internacional sobre Religiosidades, Diálogos Culturais e Hibridismo. Campo Grande, MS, Abril de 2009. Disponível em: <http://www.simposioreligioes.ufms.br/simpaprov.php>. Acesso em 29/06/2009

\_\_\_\_\_. “Das salas de milagres ao Museu Digital: Os Ex-votos como mídia folkcomunicação”. Trabalho apresentado no XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, na Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Teresina, PI, maio de 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/congresso/regionais/2009/nordeste/>. Acesso em 29/06/2009

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais.** São Paulo: Perspectiva, 1976. 444 p. il. (Debates).

Rede Folkcom Disponível em <http://www.redefolkcom.org>. Acesso em 24 de janeiro de 2008

SCARANO, Julita. **Fé e milagre: ex-votos pintados em madeira séculos XVIII e XIX.** São Paulo: EDUSP, 2004. 128 p. il.

SILVA, Maria Augusta Machado da. **Ex-votos e orantes no Brasil.** Rio de Janeiro: MHN; MEC, 1981. p. 120. il.

STRÁNSKÝ, Zbyněk Z. [sem título]. In: MUWOP. Museological Working Papers/DOTRAM. Documents de Travail en Muséologie. Museology – Science or just practical museum work? Stockholm: ICOM, International Committee for Museology/ICOFOM; Museum of National Antiquities, v. 1, 1980. Org. e editado por Vinos Sofka. Assistido por Andreas Grote e Awraam M. Razgon. Impressão e capa: Departments offset central, Stockholm, Sweden. Inglês p. 42-44 / francês p. 42-44. Tradução: T. Scheiner (2008). Tradução e publicação autorizadas pelo autor e pelo editor (ICOFOM) em dezembro de 2008.

STOCKINGER, Gottfried. **A sociedade da comunicação.** Rio de Janeiro: Papel Virtual Editora, 2003. 297 p.

VALLADARES, Clarival do Prado. **Riscadores de Milagres**: um estudo sobre a arte genuína. Rio de Janeiro: Sociedade Gráfica Vida Doméstica; Salvador: Superintendência de Difusão Cultural da Secretaria de Educação do Estado da Bahia, 1967. 171 p. il.

VOVELLE, Michel. **Ideologia e mentalidades**. Tradução de Maria Julia Goldwasser. São Paulo: Brasiliense, 1987. 416 p.