



A Simbologia da Devoção: o Retrato da Fé Demonstrado pelos Ex-Votos e a Relação com a Igreja Mediatizada.¹

Ana Maria de SOUZA MELECH²

Resumo

O presente trabalho busca relacionar a fé simbolicamente retratada através da construção e produção de ex-votos, tomando como objeto de estudo as expressões ex-votivas da Gruta do Monge, na cidade de Guarapuava-PR, e a devoção mediatizada utilizada pela Igreja Católica no site da Rede Evangelizar. Para dar sentido à pesquisa foi necessário buscar as questões mitológicas que envolvem a devoção e a adoração e, a partir destes conceitos entender como, simbolicamente, o homem retratou pelas imagens suas maiores angústias, alegrias e desejos. No ambiente religioso a devoção é demonstrada pela linguagem, quando cria discursos ideológicos que confirmam a onipresença e o poder das divindades. Essa forma de comportamento antecede até o surgimento da própria igreja Católica, sendo que a questão hoje é saber como essas expressões ancestrais foram transpostas para o ambiente digital/virtual.

Palavras chaves: imagem, mídia, devoção, ex-votos, mitos, internet.

Introdução

O presente trabalho busca relacionar a fé simbolicamente retratada através da construção e produção de ex-votos como rito de devoção, tomando como objeto de estudo a Gruta do Monge João Maria, as margens do Rio Jordão, na cidade de Guarapuava-PR, e como essa devoção é exposta hoje também pela mídia digital, no caso o uso do site da Rede Evangelizar.

¹ Trabalho apresentado no DT5- Rádio, Tv e Internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015

² Ana Maria de Souza Melech – É jornalista, professora universitária no curso de Jornalismo da UTP Universidade Tuiuti do Paraná - Brasil. Mestre pela UFSC e Doutoranda em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná.



Para dar sentido à pesquisa foi preciso buscar nas questões mitológicas que envolvem a devoção e a adoração, e a partir destes conceitos entender como, simbolicamente, o homem retratou pelas imagens suas maiores angústias, alegrias e desejos. Se na construção do conhecimento e, principalmente, dos dogmas religiosos a imagem se fez presente como forma reveladora e simbólica, é possível observar que muitos dos critérios estabelecidos culturalmente para representação da fé também são utilizados no ambiente digital em rituais de adoração e devoção. Com a profusão de imagens midiáticas, esse processo toma novas cores e se utiliza dessas ferramentas tecnológicas para expor e exprimir os mesmos sentimentos manifestados desde que o homem passou a ter consciência de seus atos e desejos.

Observadas essas expressões religiosas ou midiáticas, percebe-se que a devoção ou adoração por determinado indivíduo ou situação (no caso da exposição midiática), também ocorreu com os ritos religiosos. Neste caso é preciso entender que a palavra devoção vem do latim *devotione* e significa o ato de dedicar-se a alguém. No ambiente religioso esta dedicação é demonstrada pela linguagem, quando cria discursos ideológicos que confirmam a onipresença e o poder das divindades. Já o discurso imagético reafirma e consolida o discurso verbal, fato que tornou-se a principal forma de comunicação nos processos produzidos pelos ambientes digitais.

No caso religioso demonstra-se a devoção através de diversas formas, rezando, entoando cânticos, ou pelas imagens; estas podem retratar a devoção, por desenhos, fotos, textos escritos ou bordados, peças de roupas. Nas questões religiosas, uma súplica é materializada pelo ex-voto, isto é, são objetos e imagens depositados que representam os pedidos alcançados, como um gesso representando cura de uma perna quebrada ou um texto bordado contando as desventuras do indivíduo que teve sua graça obtida. Essa prática cristã surgiu no paganismo quando se agradecia aos deuses os pedidos atendidos.

Ninguém ignora que os ex-votos que conhecemos fazem parte dos artefatos que vigoram desde a antiguidade ou mesmo a pré-história, segundo alguns autores. Eles parecem aos olhos humanos como meios de dominar ou controlar o caos, o mal. São uma resposta de um entidade superior aos apelos que recebem dos humanos, são uma dádiva material ou espiritual, capaz de melhorar qualquer situação. (Scarano, 2004, p.13)



Na Gruta do Monge João Maria, na cidade de Guarapuava, foi possível observar uma profusão de ex-votos como estátuas de santos, fotografias, imagens de padres famosos (cantores) e objetos como chapéus, mechas de cabelos, óculos e um espaço destinado às velas. Outro fator que chama atenção na gruta é a reverência a religiões distintas com quadros que retratam Iemanjá, Preto Velho e São Jorge, manifestando o sincretismo religioso comum no comportamento do povo brasileiro.

Por outro lado, a relação dos fiéis da atualidade em muito se assemelha às práticas de devoção da antiguidade. A representação desta idolatria também se materializa no mundo digital, são novenas e velas virtuais, a compra de objetos sacros como fotos, quadros, chaveiros, camisetas com imagens e símbolos, enfim, uma imensidade de objetos e variantes comunicativas.

A partir da pesquisa qualitativa esta análise se propõe a comparar e confrontar fotografias produzidas pela autora no interior da Gruta do Monge João Maria e imagens acessadas no site da Rede Evangelizar, pois, segundo Gil,

Esta considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicos no processo da pesquisa qualitativa.(...) O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento chave. É descritiva, pois o pesquisador tende a analisar seus dados indutivamente. (1991,p.43)

Para base teórica buscou-se a pesquisa que fundamenta a relação da imagem com a construção e perpetuação do mito, do rito e da devoção e as relações conceituais com processo comunicativo atual.

A imagem como fonte de significados

As questões que envolvem o olhar tratam das relações simbólicas humanas e como as representações imagéticas destes sentimentos estão ligadas a capacidade de abstração e exteriorização que a humanidade possui para demonstrar aquilo que teme, deseja ou desconhece. Segundo Burke



(...) imagens eram uma forma de “doutrinação” no sentido original do termo, a comunicação de doutrinas religiosas. As observações do Papa Gregório, o Grande, sobre o assunto (c.540-604) foram repetidamente citadas ao longo dos séculos. “Pinturas são colocadas nas igrejas para que os que não lêem possam ler olhando as paredes” (2004-p59)

Neste sentido, imagens não só representam as questões do cotidiano, mas ao longo da história, tiveram o sentido de representar sentimentos como a dor e a tristeza pela morte. Com a evolução das relações comunicativas as imagens passaram a servir a um código lógico, como a citada, anteriormente, por Peter Burke no caso da utilização das imagens sacras.

Essa realidade foi possível porque a humanidade constrói um mundo imaginário e mítico. “O mito, o rito, a magia e a religião asseguram um compromisso não só com o ambiente exterior, mas também com as forças *noológicas*, quer dizer, um compromisso interno, no interior do espírito humano, com as suas próprias fantasias, com a sua própria *ubris*, com as suas próprias contradições, com a sua própria natureza crítica.” (Morin, 1988 p. 141).

Morin assegura que os mitos não falam apenas da cosmogênese, não falam só da passagem da natureza à cultura, mas também de tudo que concerne a identidade, o passado, o futuro, o possível, o impossível, e de tudo que suscita a interrogação, a curiosidade, a necessidade e a aspiração. “Eles transformam a história de uma comunidade, cidade, povo, tornam-na lendária e, mais geralmente, tendem a desdobrar tudo que acontece no nosso mundo real e no nosso mundo imaginário para os ligar e os projetar juntos ao mundo mitológico” (1988 p.150).

Dentro desta percepção da construção imagética surge a necessidade de expressar o temor ao desconhecido e a criação de mecanismos que estabelecessem uma sistemática de adoração e devoção. Eliade diz que o sagrado e profano constituem duas modalidades do ser no mundo, duas situações existenciais assumidas pelo homem ao longo da sua história (1992,p.84). Assim, as práticas ex-votivas surgem como uma ponte direta com o divino, onde o devoto não tem a necessidade de um interlocutor e expressa sua fé pela confecção de objetos que representem sua gratidão à divindade.



Mircea Eliade aborda as questões relativas à religião e suas características simbólicas e míticas. Para o autor

(...) Manifestando o sagrado, um objeto qualquer torna-se outra coisa, e contudo, continua a ser ele mesmo, porque continua a participar do seu meio cósmico envolvente. Uma pedra sagrada nem por isso é menos uma pedra; aparentemente (com maior exatidão: de um ponto de vista profano) nada a distingue de todas as demais pedras”. E continua: “O homem toma conhecimento do sagrado porque este se manifesta, se mostra como qualquer coisa de absolutamente diferente do profano”. (...) o sagrado e o profano constituem duas modalidades de ser no mundo, duas situações existenciais assumidas pelo homem ao longo da sua história”. (1992,p.25)

Evangelizar, a missão da Igreja Católica.

O ato de evangelizar, missão da Igreja Católica, está muito além do fato de divulgar o evangelho. Segundo o documento de Puebla (CNBB, 1979, p. 137): “A evangelização tem de calar fundo no coração do homem e dos povos. Por isso sua dinâmica procura a conversão pessoal e a transformação social”. O indivíduo que se propõe a ser um divulgador dos dogmas da igreja, deve buscar junto a seus evangelizados, a cooptação para os preceitos propostos. Para a Igreja, as pessoas que fazem parte de sua comunidade/paróquia, estão de alguma forma inseridas no processo de divulgação e comunicação. O manual da Campanha da Fraternidade de 1989 diz que:

[...] todos os membros da comunidade são, cada qual a seu modo, atores da comunicação: ministros ordenados, presidentes do culto, animadores de comunidade, ministros da Palavra, catequistas, dirigentes do canto. Na comunicação tudo é importante: disposição dos espaços, postura de quem preside, gestos, música, serviço de som, folhetos e outros aspectos que compõem o próprio quadro da comunicação na comunidade eclesial. (CNBB, Manual da Campanha da Fraternidade, 1989, p. 74).

O processo comunicacional permeia todo o fazer evangelizador na Igreja Católica. Assim, durante os séculos de existência do catolicismo, a atenção e atualização aos meios de comunicação vigentes, sempre esteve presente como uma das preocupações de seus gestores. Como a sociedade migrou, nos últimos anos para um sistema comunicacional que extrapolou as instâncias de participação e produção de conteúdos informacionais, utilizando para isso os meios digitais, a Igreja não poderia se furtar



desse processo midiático. “Se um aspecto ou fato não é midiaticizado, ele parece não existir”(Gomes,2010, p. 163). Hoje há um novo processo de midiaticização da sociedade, em que, por meio das tecnologias digitais e da Internet, acontece uma nova manifestação religiosa que altera a relação entre fiel-igreja. Isso significa que hoje ir à Igreja deixou de ser um dos principais compromissos dos católicos, pois acender uma vela na capela, rezar o terço na igreja, ou até mesmo se encontrar com outros fiéis, está dando lugar para outras formas de comportamento religioso. Com um simples “clique”, o membro da igreja pode fazer tudo isso, e muito mais, sem sair de casa.

Sites ligados a paróquias ou a religiosos possibilitam que se acendam velas virtuais ou se realizem novenas utilizando para isso apenas o computador, tablet, smartphones, ou outros aparatos tecnológicos. Como mostra a imagem a seguir do site da Tv Evangelizar, que pertence a Rede Evangelizar de Comunicação:

A Associação Evangelizar é Preciso foi idealizada pelo padre Reginaldo Manzotti em 2005 e é uma instituição sem fins lucrativos ou interesse político e conta com apoio da Arquidiocese de Curitiba. Com o objetivo evangelizar pelos meios de comunicação, a Obra é abençoada por Nossa Senhora do Carmo, sua madrinha, e pretende ajudar os cristãos a despertar e/ou reavivar seu interesse pela prática religiosa de forma autêntica, buscando sempre uma aprendizagem pela mensagem de Deus e um amadurecimento pessoal, familiar e social. A evangelização buscada pelo padre Reginaldo Manzotti pretende atingir a todas as pessoas, inclusive as não católicas, possibilitando a formação e informação de seu público.

Atualmente, a *Associação Evangelizar é Preciso* é responsável pela programação da Rádio Evangelizar AM 1060 (com abrangência em Curitiba e Região Metropolitana) e FM 90.9 (com abrangência no sul do Paraná e norte de Santa Catarina), das TVs da Rede Evangelizar de Comunicação em Curitiba (canal 16 aberto, 13 NET e 16 da Vivo TV, antiga TVA) e Maringá (pela TV 3.º Milênio, canal 31 aberto e 22 NET). Além disso, é benfeitora nacional para milhares de emissoras irmãs de rádio e centenas de emissoras de televisão no Brasil e em outros países, que retransmitem programas como “Experiência de Deus”, “Oração da Tarde”, “Hora da Misericórdia”, “Evangeliza Show”, “Sinais do Sagrado” e outros apresentados pelo padre Reginaldo Manzotti.

A Evangelizar também utiliza o site, as redes sociais (twitter e facebook da Associação, da Rádio Evangelizar e da TV Evangelizar) e o Jornal do Evangelizador para transmitir valores cristãos à sociedade. (**Error! Hyperlink reference not valid.** de 2015)

Como demonstrado no site da Rede Evangelizar, é possível perceber a abrangência comunicativa, através de vários meios, que possibilita atender às premissas iniciais



expostas pela Igreja Católica, no sentido de divulgar e propagar seus dogmas, assim como estabelecer um canal eficaz de comunicação entre igreja e comunidade.

Entendendo estas práticas comunicativas utilizadas pela Igreja e consubstanciadas pela Rede Evangelizar, observa-se que a dinâmica da Cultura Midiática se revela como um processo que auxilia na dinâmica da aceleração do tráfego de informações, das trocas simbólicas e das misturas entre as múltiplas formas de cultura.

O espaço do novo nomadismo não é o território geográfico, nem das instituições ou o dos Estados, mas um espaço invisível de conhecimentos, saberes, potências de pensamento em que brotam e se transformam qualidades do ser, maneiras de constituir sociedade. Não os organogramas do poder, nem as fronteiras das disciplinas, tampouco as estatísticas dos comerciantes, mas o espaço qualitativo, dinâmico, vivo da humanidade em vias de se auto-inventar, produzindo seu mundo. (Lévy, 1999, p.15)

Além disso, a cibercultura representa um momento em que as tecnologias especialmente as tecnologias de comunicação – se colocam como questão essencial para toda a sociedade e em todos os seus aspectos. “A cibercultura consistiria em uma formação cultural permeada pela lógica do “digitalismo”. Parece razoável tomar como hipótese inicial a ideia de que o “digitalismo” sirva como elemento capaz de assinalar a especificidade da cibercultura em relação a outros paradigmas tecnoculturais, bem como ferramenta epistemológica para desenhar suas fronteiras” (Felinto, 2006). Jenkins também aborda as questões relacionadas às comunidades do conhecimento quando diz que “Estamos ainda debatendo e determinando os princípios fundamentais que irão definir nossas interações com os outros” (2008, p. 305).

A imagem mídia

A era da comunicação de massa ou dos meios de comunicação de massa altera a relação da comunicação visual. A imagem passa a ter papel preponderante e de destaque nas novas formas de transmissão de conteúdo. Podemos voltar à fala do Papa Gregório, o grande, citada por Peter Burke, quando enfatiza que a maioria dos fiéis era analfabeta, mas que conseguia ler nas pinturas os conteúdos que a igreja católica desejava repassar (Burke, 2004).



Norval Baitello aborda a questão planetária em que as imagens atuam hoje, ao citar que elas “possuem um grande poder (conferido pela reprodutibilidade) e atingem uma capilaridade e penetração nunca sonhadas anteriormente” (Baitello, 2005, p.56). A reprodução acelerada de imagens midiáticas cria o fato de termos a necessidade de tornarmo-nos imagens antes mesmo da necessidade de nos tornarmos pessoas. “Somos obrigados a ser visuais, o resto é dispensável” (Baitello, 2005 p.105). A mesma velocidade de reprodução passa a representar os sentimentos humanos, isto é, suas crenças, ritos e símbolos passam a se expressar, estritamente, pela forma imagética antes de constituir uma construção verbal e ideológica.

A nova sociedade não mais vive de pessoas, feitas de corpos e vínculos, ela se sustenta sobre os pilares de uma infinita “serial imagery”, uma sequência infindável de imagens, sempre idênticas. O admirável e desejável já não é mais a diferença, mas a absoluta semelhança (Baitello, 2005, p.59).

A padronização cultural é um dos traços mais marcantes da atual sociedade midiática. A referência imagética transmite valores, crenças, normas de comportamento que não levam em consideração as manifestações culturais locais, transformando a sociedade em simulacros da realidade. A sociedade de massa nega a cultura local, transformando e padronizando as mais diferentes formas culturais. Marilena Chaui enfatiza que sob a influência dos meios de comunicação de massa:

“As obras de pensamento e de arte correm vários riscos, como: 1) de expressivas, tornarem-se reprodutivas e repetitivas; 2) de trabalho de criação tornarem-se eventos para consumo; 3) de experimentação do novo, tornarem-se consagração do consagrado pela moda e pelo consumo; 4) de duradouras, tornarem-se parte do mercado da moda, passageiro, efêmero, sem passado e sem futuro; 5) de formas de conhecimento que desvendam a realidade e instituem relações com o verdadeiro, tornarem-se dissimulações, ilusão falsificadora, publicidade e propaganda (2006, p.21).

Malena Segura Contrera cita a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação, faz uma análise da apropriação da simbologia mitológica para dar razão a construção estritamente midiática. A autora chama a atenção para a questão da narrativa na construção e presentificação do mito, o que possibilita dar-lhe “dimensões maiores, capazes de ser representativos mesmo diante das diversidades existentes na cultura que atuam” (2000, p.46). Contrera afirma que os textos culturais são instrumentos



comunicativos e dentre eles o mito possui um lugar de destaque também pelo seu caráter de permanência.

Outro aspecto observado pela autora diz respeito à expressão cultural da imagem:

Os conteúdos míticos são reelaborados pela Mídia, e como os processos de codificação dos textos da mídia assemelham-se aos processos de representação e codificação das culturas tradicionais (míticos), por serem ambos códigos e a partir dos quais constroem-se os textos imaginativos criativos, culturais por excelência (2000, p.19).

O papel desempenhado pela mídia em relação à sociedade ocidental é a apropriação de manifestações culturais e religiosas e a transformação destas em objetos culturais e, como consequência, em produtos que são mensurados através de uma valoração monetária que atendem a uma lógica produtiva.

A sacralização das imagens – comparativo

A sacralização das imagens midiáticas vem de encontro às questões que envolvem o conceito de mito e a presença dele também nas questões simbólicas como parte integrante dos conteúdos culturais. Esse entendimento nos estimula a analisar a confrontação das imagens religiosas, aqui definidas como a produção de fotografias de ex-votos presentes na Gruta do Monge João Maria, na cidade de Guarapuava e a transmutação dessas práticas para o ambiente virtual, observadas na reprodução das imagens nas páginas do site da Rede Evangelizar.

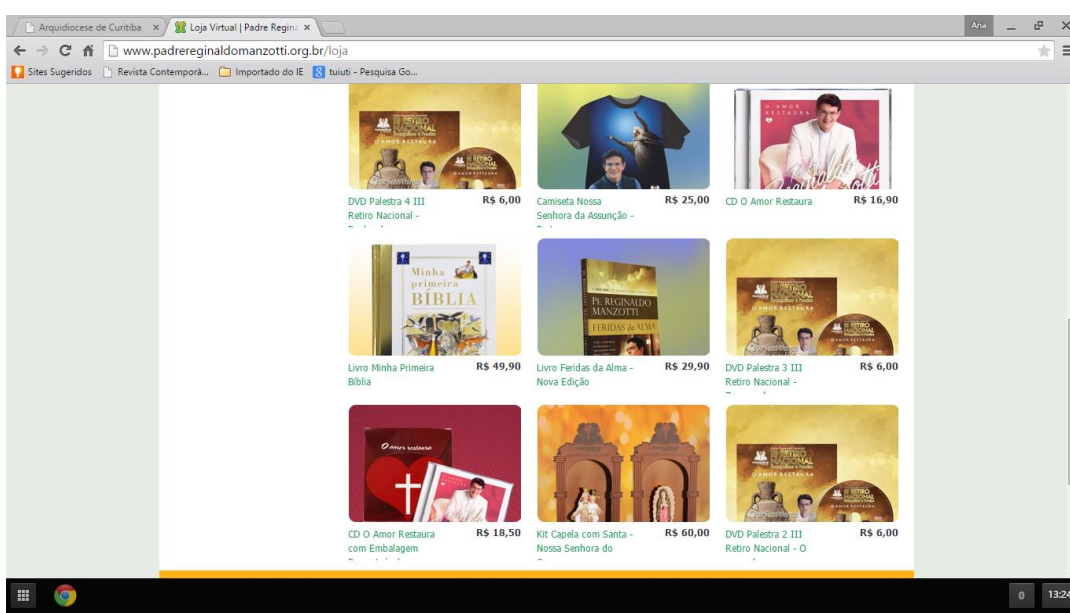


Fonte http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar acessado em 04/04/2015

Acima, a imagem da página do Santuário Virtual de Jesus Misericordioso, onde aparecem links para a Novena Virtual, Vela Virtual e Oração e Conforto, uma reprodução digital de práticas milenares realizadas em templos e igrejas. Abaixo o link da vela virtual com os pedidos feitos pelos fiéis/internautas.

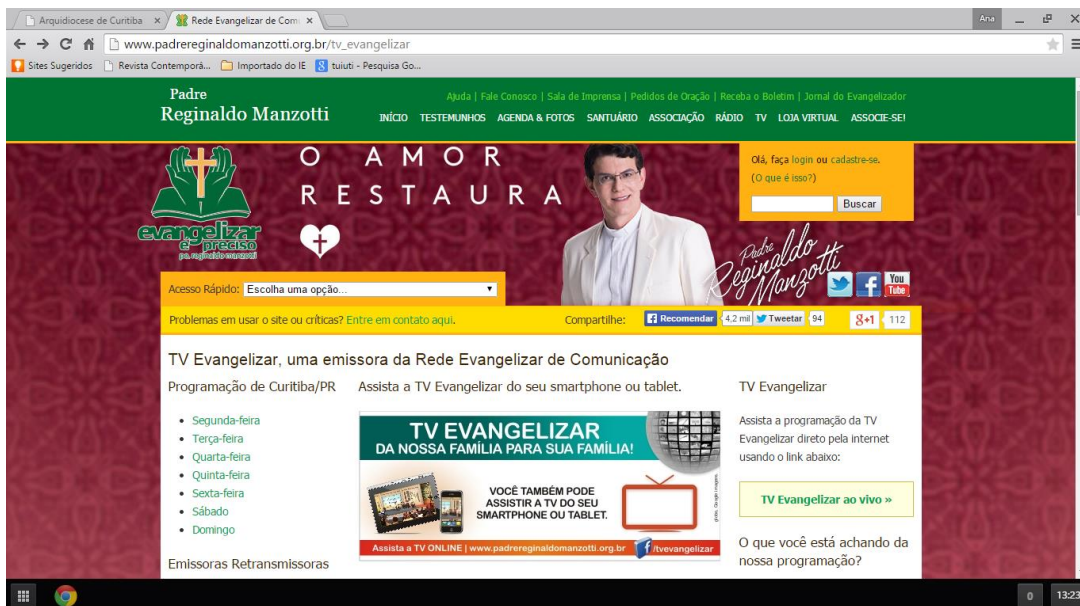


Fonte http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar acessado em 04/04/2015



Fonte http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar acessado em 04/04/2015

Acima a imagem da Loja Virtual mostra vários produtos com a imagem do Padre Reginaldo Manzotti, gestor da Tv Evangelizar e também do site. Abaixo a primeira página do site com a programação da emissora e as abas, onde confundem-se as informações sobre a emissora e a rádio, com conteúdos que levam as práticas das devoções.



Fonte http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar acessado em 04/04/2015



Foto 05: Os Ex-votos da Gruta do Monge, cidade de Guarapuava.



Foto produzida pela autora.

Vista da Capela do Monge João Maria, na cidade de Guarapuava. Uma profusão de santos e objetos alinhados aleatoriamente, alguns com o objetivo de “pagar” uma graça alcançada (expressões exvotivas) e outros são esculturas quebradas que aqui são depositadas, pois “considera-se pecado jogar santos no li

Imagem 05: A Santa



Foto produzida pela autora.

A santa. Quadro de Nossa Senhora com véu e coroa, junto ao quadro três fotografias, sendo que duas de um menino e outra de uma mulher. As fotografias podem referir-se ao agradecimento a uma graça alcançada ou a uma súplica, a mesma realizada através da vela virtual.

Considerações finais

A transposição do cotidiano para o espaço virtual aconteceu de uma maneira tão rápida que muitas vezes a sociedade não percebe o quanto está inserida neste novo espaço de vivência. Não só questões da ordem do entretenimento ou dos negócios, mas também as questões da ordem do simbólico religioso migraram para este espaço, é claro que dentro de uma perspectiva que obedece a preceitos ligados aos dogmas religiosos. No caso desta reflexão, que refere-se à manutenção de comportamentos e ritos ancestrais ligados a religiosidade e a devoção, agora presentes na teia midiática alcançam novos horizontes em relação ao contato e relacionamento com os fiéis/internautas.



Os ex-votos expostos na Gruta do Monge em Guarapuava, são expressões religiosas que remontam uma época anterior a própria Igreja Católica, mas que, foram permitidos para que a inserção de novos dogmas e rituais não causassem um ruptura abrupta, pode-se observar que a mesma atitude acontece com a migração dos espaços de culto para o ambiente virtual. Hoje a rede serve como mais um dispositivo utilizado com o objetivo de evangelizar e de levar a fé.

Apesar de manter um lado conservador diante dos avanços sociais, a Igreja Católica, no âmbito dos meios de comunicação sempre procurou a vanguarda. O mesmo aconteceu com a utilização dos meios tradicionais de comunicação (rádio, TV, jornais e revistas) e agora inova com a Internet, explorando as possibilidade comunicativas deste meio digital para difundir e divulgar seus ritos de fé. É como se o divino estivesse, conectado aos fiéis/internautas no momento em que eles “acendem” uma vela virtual, ou rezam uma “novena virtual”.

Se houve um empoderamento deste sujeito/receptor no momento em que foi possível para ele interagir com os sistemas comunicativos, agora com a igreja mediatizada ele, além de interagir com o sistema religioso, também se sentirá interagindo com o próprio divino. Assim, mas uma vez divino e profano ocupam o mesmo espaço. O profano tecnológico traduzido em bits e byts cria um canal direto com a divindade suprema

Referências

BAITELLO Jr., Norval. A era da iconofagia. Ensaio de comunicação e Cultura, São Paulo: Harker Editores, 2005.

CONTRERA, Malena Segura. O mito na Mídia. A presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. São Paulo: Anablume, 1996.

ELIADE, Mircea. O sagrado e profano. Lisboa: Livros do Brasil, 1992.

FELINTO, Erick. A religião da Máquinas. Porto Alegre. Editora Sulina, 2005

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1996.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo. Editora Aleph, 2008.

MORIN, Edgar. O paradigma perdido. Portugal: Europa-América, 1988.

_____. O método. O conhecimento do conhecimento. Portugal: Europa-América, 1988.



SCARANO, Julita. Fé e Milagre: Ex-votos pintados em madeira: séculos XVIII e XIX. São Paulo - Edusp, 2004.

“Semiologia dos ex-votos da Bahia: arte, simbolismo e comunicação religiosa” In: Diálogos Possíveis, Ano 5.n.2/dezembro2006

Manual da Campanha da Fraternidade 1989. Comunicação para a verdade e a paz. São Paulo: Ed. Salesiana Dom Bosco, 1989

Imagens:

http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/tv_evangelizar acessado em 04/04/2015

<http://www.padrereginaldomanzotti.org.br/imprensa/associacao-evangelizar/release-associacao-evangelizar-e-preciso.html> acessado em 04/04/2015

