

Gomes Gordo, Luís Erlin

Ex-votos midiáticos e a Revista Ave Maria: a Supressão dos ex-votos no início da década
de 1970

Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 14, núm. 32, mayo-agosto, 2016, pp. 133-
148

Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631768753002>

Ex-votos midiáticos e a Revista Ave Maria: a Supressão dos ex-votos no início da década de 1970

Luís Erlin Gomes Gordo¹

RESUMO

No catolicismo popular, o devoto encontra formas próprias de manifestar a sua fé, distante muitas vezes da ortodoxia da Igreja. Os ex-votos expressam essa verdade. A revista Ave Maria desde a sua origem no ano de 1898 incentivou os leitores a testemunharem os favores recebidos. Nasceu assim na revista o gênero “graças alcançadas”. Após o Concílio Vaticano II, final da década de 1960, a Igreja Católica, sobretudo da América Latina, tentou “purificar a fé”. As ações devocionais, como a fé nos santos, as promessas e a prática dos ex-votos foram claramente “combatidas”. Neste período a revista Ave Maria suprime os ex-votos midiáticos impressos. A compreensão do processo comunicacional relacionado a este fato é o objetivo desse artigo. A metodologia será composta de pesquisa bibliográfica e documental.

PALAVRAS-CHAVES

Folkcomunicação. Estudos Culturais. Religiosidade popular. Ex-votos.

Votive media and the Ave Maria magazine: the suppression of votive in the early 1970s

ABSTRACT

In popular Catholicism, the devout discovers his own way to manifest his faith, which at times is very distant from the Church's orthodoxy. Exvotos express this truth. Since 1898 the Ave Maria magazine has encouraged its readers to testify blessings received from God. Thus the article “Blessings granted” was created. After the Vatican Council II and at the end of the 1960s, the Catholic Church, mainly in Latin America, tried to “purify faith”. Devotional activities such as belief in saints, promises and exvotos practices were clearly contested.

¹ Filósofo, Teólogo, Jornalista e Sacerdote. Mestre e doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. É diretor editorial da Editora Ave-Maria e da revista Ave Maria. E-Mail: erlin@mundomirim.com.br

During this period the Ave Maria magazine suppressed media directed exvotos articles. The aim of this research is to understand the communicative process related to the facts mentioned above. The methodology is based on bibliographical and documentary research.

KEY-WORDS

Folkcommunication. Cultural Studies. Popular Religiousness. Exvotos.

Introdução

A revista *Ave Maria* é uma das mídias impressas mais antigas do catolicismo brasileiro, são 118 anos de história, a revista nasceu para ser um veículo de comunicação que sustentasse a fé da Igreja por meio da devoção popular. O próprio nome “*Ave Maria*” remete à saudação do anjo a Maria, que posteriormente por força da devoção acabou se tornando uma oração recitada repetidamente. A devoção a Maria é uma das marcas do imaginário católico.

O ex-voto no formato impresso é uma forte marca do catolicismo popular e estava presente desde a origem da revista, são inúmeros os relatos de curas e graças alcançadas por meio da interseção de algum santo e de modo especial da Virgem Maria, cultuados pelos católicos.

Graças aos estudos folkcomunicacionais de Luiz Beltrão, as manifestações culturais populares foram entendidas como processos de comunicação espontânea, sobretudo das classes marginalizadas. O primeiro estudo científico de Beltrão neste sentido foi justamente sobre os ex-votos. Porém, enquanto as manifestações populares encontravam espaço no mundo acadêmico como forma legítima de comunicação, a revista *Ave Maria* suprime na década de 1970 a publicação da seção graça alcançada, por um entendimento de que a religiosidade popular era alienante.

1- A revista Ave Maria e a seção dos ex-votos midiáticos impressos

Quando pensamos em Comunicação Social, quase que instintivamente nos remetemos as grandes mídias de comunicação, nos esquecemos, com isso, de atribuir também valor à comunicação popular.

Em 1965, quando Luiz Beltrão publicou o artigo *O ex-voto como veículo jornalístico* na revista Comunicação e Problemas, ele abriu espaço e deu visibilidade a essa comunicação enraizada na cultura popular, que muitas vezes esteve às margens do entendimento comunicacional vigente, e mais, deu credibilidade às diversas formas de manifestação cultural.

A folkcomunicação nasce dessa percepção de Beltrão acerca da força híbrida do comunicar cultural (folclore) e os meios midiáticos.

A aceitação do estudo da cultura como forma de estudar sistematicamente a própria comunicação é também defendida por Jesús Martin-Barbero (1997, p. 277,278):

Por muito tempo a verdade cultural dos países latino-americanos importou menos do que asseguranças teóricas. E assim estivemos convencidos de que a comunicação nos deveria apresentar uma teoria – sociológica, semiótica ou informacional – porque só a partir dela seria possível demarcar o campo de interesses e precisar a especialidade de seus objetos. Entretanto, alguma coisa na realidade se mexeu com tanta força que provocou uma certa confusão, como a derrubada das fronteiras que delimitavam geograficamente o terreno e nos asseguravam psicologicamente. Apagado o desenho do ‘objeto próprio’, ficamos à mercê das intempéries do momento. Mas agora não estamos mais sozinhos: pelo caminho já encontramos pessoas que, sem falar de ‘comunicação’, não deixam de questioná-la, trabalhá-la, produzi-la: gente das artes e da política, da arquitetura e da antropologia. Foi necessário perder o ‘objeto’ para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo.

A religião ancorada nesta corrente cultural produz inúmeras formas de manifestações populares corroborando a forma de se comunicar de um povo. Muitas dessas expressões influenciaram as artes, a literatura, a vestimenta, a culinária, enfim... a vida cotidiana, de modo especial na América Latina. Algumas dessas manifestações culturais estão ligadas ao folclore. Luiz Beltrão comprehende a força da comunicação no fiel devoto que encontra formas criativas de comunicar as suas crenças e consequentemente sua própria vida.

Dentro do imaginário religioso, o devoto que consegue um milagre, sente-se no dever, como que em dívida de externar e anunciar o benefício divino recebido. Os *ex-votos* são a expressão máxima do pagamento de tal “dívida”.

Na classificação dos “gêneros folkcomunicacionais” de Beltrão e reelaborados por Marques de Melo (2008, p. 89-95), o *ex-voto* impresso e vinculado em jornais e revistas se enquadra no gênero de *folkcomunicação visual* no formato *impresso* classificado com o tipo “*graça alcançada*”.

O estudioso da cultura popular, o mexicano Jorge A. González (1986, p. 11, tradução nossa), divide os *ex-votos* em cinco tipos propiciatórios, os *ex-votos* midiáticos impressos fazem parte do tipo 4: “Por sua localização extra santuário e por sua forma e conteúdo rigorosamente prescritos e estereotipados, constituem os *ex-votos* que aparecem nos periódicos das cidades do país mais ou menos grandes.”

Os *ex-votos* podem ser estudados também desde uma perspectiva propagandista, o caráter comunicacional publicitário dos *ex-votos* é descrito por Câmara Cascudo (1965, p. 135): “O ‘*ex-voto*’, sendo a satisfação da súplica atendida, destina-se à publicidade, como ainda usam divulgando nos jornais a obtenção das ‘graças alcançadas’”.

As manifestações (artísticas e folclóricas) populares se encontram em todos os ambientes, tanto nos institucionalizados quanto nos marginalizados, o ser humano tem a necessidade inerente de interagir e se comunicar. Nesta certeza, Luiz Beltrão ao estudar os *ex-votos*, escreve:

Pois é tempo de não continuarmos a apreciar nessas manifestações folclóricas apenas os seus aspectos artísticos, a sua finalidade divertional, mas procurarmos entendê-las como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes. (BELTRÃO, 2004, p. 118)

O *ex-voto* para Beltrão (2004, p. 119), é uma forma legítima de o fiel expressar suas convicções religiosas, “as classes citadinas usam o *ex-voto* como meios de expressão”. Sendo assim um meio de comunicação.

A teoria da folkcomunicação, com o passar dos anos foi adotando uma postura culturalista, aproximando-se dos estudos culturais. Inclusive bebendo nas fontes de grandes pensadores culturalistas latino-americanos, como Martín-Barbero:

Há uma literatura que, ausente por inteiro das bibliotecas e livrarias de seu tempo, foi contudo o que tornou possível para as classes populares o trânsito do oral ao escrito, e na qual se produz a transformação do folclórico em popular. Refiro-me àquela literatura que se tem chamado na Espanha de cordel e na França de colportage. Literaturas que inauguraram uma outra função para a linguagem: a daqueles que, sem saber escrever, sabem contudo ler. Escrita portanto paradoxal, escritura com estrutura oral. (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 149).

O que seria o ex-voto? Não seria essa forma popular de linguagem, em que o devoto ‘escreve’ e ‘lê’, muitas vezes sem ser alfabetizado, porém criando os seus próprios símbolos de entendimento cheios de valores e de expressão?

O ex-voto midiático impresso na revista *Ave Maria* traz a foto do agraciado por determinado ‘milagre’ divino, com o seu nome, em alguns casos o relato da enfermidade de que foi liberto. A foto publicada naquela página sinalizava sem muitas palavras escritas que aquele indivíduo retratado recebeu um ‘presente dos céus’.

A revista *Ave Maria*² é uma publicação centenária no Brasil, foi fundada em 1898 e ainda hoje circula. Durante grande parte da história dessa publicação uma das seções que mais se destacou foi justamente a página que divulgava as graças recebidas dos fiéis.

O levantamento histórico dos ex-votos midiáticos publicados na revista *Ave-Maria* pode sinalizar a expressão religiosa do Brasil num período de quase um século. Assim como defende Trigueiro (2005):

Cada expressão, cada conteúdo transportado em cada uma de suas formas antropomorfas (representação do corpo humano ou parte dele), zoomorfas (as representações dos animais ou parte deles) e outras formas de representações (de pessoas ou coisas através de fitas, velas, vestuário, mechas de cabelo, peças utilitárias de uso doméstico, aparelhos ortopédicos, fotografias, cartas e publicações em jornais) são fontes de informação da cultura de um povo. (TRIGUEIRO, 2005)

O princípio dessa seção se deu no mesmo ano da fundação da revista e são milagres atribuídos a Nossa Senhora, mais especificamente ao Imaculado Coração de Maria. A primeira carta manifestando gratidão à intervenção miraculosa de Maria é datada de outubro de 1898 cinco meses depois do primeiro número da revista, quem assina a carta é uma senhora que se identifica como C. F. D.

O fato de a Revista *Ave Maria* dar espaço a essa literatura desde a sua origem, nos faz crer que esse veículo de comunicação nasce com o intuito de aproximar os fiéis católicos de um órgão oficial da igreja, ou seja, a Revista oficializava uma prática devocional relegada do catolicismo ortodoxo.

Stuart Hall (1999, p. 65) ao tratar do tema da identidade cultural de uma nação, fala que essa mesma nação tenta “costurar” as diferenças numa única identidade. A *Ave-Maria* -

² A Revista *Ave Maria* é dirigida e editada pelos Missionários Claretianos, congregação religiosa da qual faço parte, há oito anos estou na direção editorial da Revista.

veículo da Igreja - neste caso, entendida como uma nação, faz uma ponte entre as práticas religiosas que são aceitas e as que estão à margem, na tentativa de manter a identidade e a união do “rebanho”.

O apogeu dessa seção desponta na metade do século XX em que a revista promoveu uma campanha de beatificação e posteriormente canonização do bispo Antônio Maria Claret, fundador dos Missionários Claretianos, responsáveis pela edição e distribuição da revista, são milhares e milhares relatos de curas, milagres e graças alcançadas por intermédio de Claret; além dos relatos, alguns fiéis enviavam somas de dinheiro em agradecimento, o valor era também publicado.

A seção era dividida por cidades, pessoas do Brasil inteiro escreviam e desejavam pagar sua promessa tendo o seu nome publicado na revista como testemunho. Por falta de espaço devido ao grande número de relatos, a revista destacava somente alguns testemunhos com fotos, os demais eram notas escritas.

No ex-voto midiático publicado na revista *Ave Maria* existia uma intencionalidade dos editores ao fazer uma verdadeira campanha para tornar conhecida a devoção a Antônio Maria Claret, hoje santo. Num determinado momento a página passou a se chamar: *Favores do Imm. Coração de Maria e do venerável P. Antônio Maria Claret*. Depois da canonização do santo Claret (em 1950), quase todas as graças recebidas e publicadas faziam referência ao santo, a título de exemplo:

Da. Maria Ferreira agrade a S. A. M. Claret a cura de eczema no pescoço e outra importante graça material em favor de seu sobrinho Paulo. (maio/1957), destacando que esse período (pós-canonical) foi um dos mais fecundos na publicação dos ex-votos midiáticos impressos na revista *Ave Maria*.

O desaparecimento da seção se dá gradativamente na passagem da década de 1960 para 70, período em que a Igreja assimilava o conteúdo renovador do Concílio Vaticano II (1962-1965).

A supressão dessa seção justamente nessa época parece sinalizar que a revista seguindo uma linha ideológica adotada por muitos dentro da Igreja, sobretudo na América Latina, buscou o distanciamento do devocional, priorizando o engajamento sociopolítico.

Antes do Concílio Vaticano II, a Igreja viveu um período longo de sua história, apoiada em uma liturgia mais voltada para o clero e religiosos, do que para os fieis. A simbologia

católica dos sacramentos, de modo especial da missa era muito difícil de ser assimilada, vale lembrar que no ocidente a liturgia seguia o rito romano, e independente do país onde se celebrava, os ritos eram em latim.

A grande massa de fiéis, praticamente analfabetos, impossibilitados de se aproximarem do mistério da fé, criaram maneiras próprias de viver o catolicismo.

A religiosidade popular se firma neste contexto, onde praticamente era impossível ao povo simples entender a centralidade da fé em Cristo.

Como uma espécie de compensação brotam espontaneamente maneiras “simplificadas” de aproximação do Divino: o culto aos santos, a Nossa Senhora, as novenas, romarias, rezas faziam com que o devoto católico dessa época pudesse expressar sua fé.

Essa mescla e reelaboração da fé podem ser entendidas dentro daquilo que Néstor García Canclini (1997, p. 113) chama de “reconversão” simbólica ao tratar do hibridismo, embora ele não fale diretamente do aspecto religioso, podemos, porém, fazer essa leitura.

O Vaticano II (1968) quis aproximar a liturgia oficial (romana) do povo, vemos isso na Constituição *Sacrosanctum Concilium*. As missas começam a ser celebradas nas línguas vernáculas. Há uma conclave dos padres conciliares a focar a fé cristã católica no mistério salvífico de Cristo.

Foi justamente a interpretação dessa grande novidade do Vaticano II que abriu portas para o entendimento de que a religiosidade popular deveria ser purificada, em alguns casos extremos “eliminada”.

Na América Latina o Conselho Episcopal Latino-Americano (Celam) reunido em Medellín na primeira assembleia pós-concílio (1968) para adequar as conclusões conciliares em nosso Continente, interpretou a religiosidade popular como uma pastoral de conservação, se falava na época que era necessário uma pastoral apta, que gerasse transformação.

O livro *A Igreja na atual transformação da América Latina à luz do Concílio - Conclusões de Medellín* - (1969, p. 89/90), ilustra bem essa nova concepção acerca da religiosidade popular:

A expressão da religiosidade popular é fruto de uma evangelização do tempo da Conquista, com características especiais. É uma religiosidade de votos e promessas, peregrinações e de um sem-número de devoções [...] Esta religiosidade mais do tipo cósmica, em que Deus é a resposta para todas as incógnitas e necessidades do homem, pode entrar em crise e de fato já começou a entrar com o conhecimento científico do mundo que nos rodeia.

A América Latina talvez seja o território eclesial em que mais houve uma aproximação do sagrado por vias da devoção popular. Aqui várias culturas se mesclaram: a europeia, a africana e a indígena, cada uma com sua maneira própria de entender o metafísico, contribuíram para a formação do imaginário religioso Latino-Americanano.

Canclini utiliza a expressão hibridismo para explicar a construção dessa nova cultura latino-americana, que bebeu nas fontes de tão diferentes culturas para construir outra: “falar de hibridização me parece útil para designar as mesclas da figuração indígena com a iconografia espanhola e portuguesa.” (1997, p. 111, tradução nossa)

O livro *Vocabulário Teológico Para a América Latina*, mesmo sendo publicado no final da década de 70, ainda acentua bastante essa hermenêutica controversa de interpretação do Concílio:

Assim, se impõe uma pastoral de evangelização que procure desenvolver valores mais fiduciais, dinâmicos e sociais na fé do povo. Trata-se de transmitir-lhe gradualmente o novo espírito cristão, tal como ele se expressou nos documentos do Concílio Vaticano II, de Medellín e Puebla. Ou seja, um cristianismo que brote do compromisso sincero da fé em Cristo e da entrega aos irmãos e que implique na transformação do mundo em que vivemos com os ideais de justiça e paz. (IDÍGORAS, 1979, p. 422)

O Documento de Medellín (1969, p. 93) chega a convocar os meios de comunicação social para aplicarem uma catequese adequada, que purificasse a religiosidade popular:

[...] A pastoral popular deverá adotar exigências cada vez mais crescente para conseguir personalização e comunidade de vida, de modo pedagógico, respeitando as diversas etapas do caminho de Deus. Respeito não significa aceitação e imobilismo, mas convite para uma experiência mais completa do Evangelho, e uma reiterada conversão. Para isto, torna-se necessária a estruturação de organismos pastorais convenientes [...] Sublinha-se a importância dos meios de comunicação social para uma catequese adequada.

A interpretação e aplicação do Concílio Vaticano II na Igreja da América Latina, chegou a considerar a devoção popular como de pouca prática cristã, sem consistência teológica.

A revista *Ave Maria*, originariamente voltada para a devoção começa uma nova trajetória de formação na tentativa de implementar a consciência da fé compromissada com as mudanças sociais e com isso tenta “apagar” alguns elementos editoriais que remetiam ao que muitos teólogos na época consideravam ultrapassados.

A devoção começou a ser vista por muitos como algo ingênuo, de manutenção do poder constituído. A fé nos santos aos que intercedem e podem realizar curas e milagres, foi entendida como contraste com a centralidade da fé em Cristo defendida pelo Vaticano II.

O teólogo católico João Batista Libânio em um artigo em sua página web escreve:

Ares críticos invadiram a Igreja. Via-se na religião popular uma força alienadora. Elementos da crítica marxista vulgarizavam-se. Temia-se que a Igreja com sua pastoral religiosa mantivesse o sistema de opressão. As baterias se voltaram contra as expressões religiosas que eram julgadas como causa de alienação social. Dentro da própria Igreja, criticavam-se formas religiosas populares como inadequadas para o ideal da reforma litúrgica proposta pelo Concílio Vaticano II. Jogava-se com o binômio: tradição e renovação. Para renovar a liturgia, tinha-se que transformar as expressões religiosas tradicionais. (LIBÂNIO, 1999).

Foi justamente neste espaço temporal que, inclusive, muitos templos católicos eliminaram o uso de imagens religiosas em seus altares.

A revista *Ave Maria* como veículo de comunicação histórico e de prestígio no catolicismo brasileiro começou a se distanciar de muitos elementos que denotassem a pura religiosidade popular (de modo especial os *ex-votos* que poderiam caracterizar, naquele contexto, uma alienação religiosa), negando, assim, sua própria identidade.

Neste contexto histórico confuso, a revista deixa de publicar as cartas dos devotos comunicando as graças recebidas.

2- Mudança na linha editorial da revista *Ave Maria*

O processo de mudança na linha editorial da revista *Ave Maria*, remete a uma fidelidade deste veículo de comunicação eclesial com as diretrizes da Igreja no Brasil. Podemos dizer que toda a história centenária da revista está intimamente ligada com o pensamento vigente da Igreja.

A sua origem é um exemplo claro disso, a Igreja após a Proclamação da República convoca as dioceses e Ordens Religiosas a difundirem a fé por meio da palavra escrita. Devido à separação da Igreja com o Estado, final do século XIX, o catolicismo que até então era a religião oficial teve de procurar formas de subsistência frente às forças opositoras consideradas na época como inimigas, entre elas o protestantismo, espiritismo, laicização, etc.

Neste cenário a Igreja incentivou o surgimento de meios de comunicação impressos como expansão de seus púlpitos.

A revista *Ave Maria*, nasce neste contexto, no ano de 1898.

Desde a sua origem até o Concílio Vaticano II, a revista reproduziu a posição conservadora da Igreja até aquele momento, incentivando as práticas votivas, entre elas os ex-votos. Nesta ação de publicidade da fé, destinada a divulgar as graças que os fiéis recebiam, notamos com o passar das décadas diversas fases: a promoção da devoção ao Imaculado Coração de Maria; a linha apologética em defesa da fé católica; a popularização de Antônio Maria Claret nos processos de beatificação e canonização.

Todos estes processos comunicativos estavam regidos pelas diretrizes da Igreja que ainda não havia passado pela transformação do Concílio.

Os ex-votos não são uma manifestação recente da fé, mas estão enraizados nos primórdios da relação dos indivíduos com o metafísico. O ex-voto é uma forma material e direta do penitente estabelecer comunicação com a divindade que o agraciou. O ser humano desde a sua origem racional busca dialogar com o metafísico estabelecendo contato, desejando ser visto e ouvido. Essa comunicação estabelecida com “aquilo ou aquele” considerado sagrado pode dar sentido à existência humana e aos seus interrogantes, sobretudo a morte.

Neste processo comunicativo, os ex-votos simbolizam a gratidão do fiel que acredita, como dogma de fé, que ele é importante, que ele é um indivíduo único e irrepetível, que sua vida é regida por uma força superior. Essa força não está distante dele, mas age eficazmente a seu favor concedendo benefícios.

A manifestação de fé que nasce espontaneamente por parte dos fiéis, foi combatida pelo cristianismo (catolicismo) nas suas origens, pois as suas raízes eram pagãs. Com o passar dos séculos, a Igreja Católica não conseguindo vencer essa prática votiva tão dissipada entre os fiéis, primeiramente silencia, depois percebe a força de propaganda religiosa na difusão da fé e na fidelização do devoto com a religião, passando assim a difundi-la. Em nosso continente latino-americano, onde várias formas de fé se mesclaram, uma das expressões religiosas que ganham força neste hibridismo cultural foi justamente a prática dos ex-votos.

Os ex-votos publicados na revista *Ave Maria* manifestam também a publicidade de si mesmo (do próprio devoto). Na tentativa de revelar ao mundo que o agraciado era alguém importante, ele e sua família se destacavam na sociedade, pois “Deus tinha olhado para eles”. Os ex-votos acompanhados de fotos expressam essa realidade.

Após o Concílio Vaticano II os grandes dogmas, considerados a espinha dorsal da Igreja, permaneceram inalterados, porém os elementos secundários que sustentavam esses dogmas foram revistos. Dentro desse processo de renovação, assim como vimos, a Igreja latino-americana, em duas Conferências Episcopais de Medellín e Puebla, questionaram a religiosidade popular, considerando-a um perigo de alienação. Por se tratar, segundo alguns, de uma forma muito intimista de viver a fé, sem compromisso com a realidade.

Neste mesmo período ganha força em nosso continente a Teologia da Libertação, que através da leitura orante da Bíblia buscava que os fiéis se comprometesssem com as transformações sociais e políticas da localidade onde eles estavam inseridos. Vale ressaltar o período histórico que tanto o Brasil como muitos países da América Latina estavam passando, pobreza extrema, ditadura militar, desigualdades sociais, organização de movimentos sociais e políticos.

Nesta nova forma de pensar a Teologia, partindo de uma ação comunitária de transformação, não havia espaço para determinadas práticas votivas consideradas retrógradas. Em um primeiro momento, os adeptos da Teologia da Libertação combateram de forma veemente a devoção popular.

A revista *Ave Maria*, logo após a Conferência de Medellín, em consonância com a Igreja, faz uma inversão de seus valores editoriais. Em um prazo muito curto, a revista deixa de promover a fé devocional, como fazia desde a sua origem, para se tornar como que veículo “oficial” da Teologia da Libertação, chegando inclusive a camuflar o seu título, em vez de *Ave Maria*, começou a se autodenominar *AM*.

Os ex-votos impressos, que era o que caracterizava a identidade da *Ave Maria*, deixam de existir sem grandes explicações. Porém, os leitores continuavam os mesmos, é possível imaginar o estranhamento dos assinantes com a mudança tão radical em tão pouco tempo.

Alguns devotos continuavam a enviar cartas relatando graças, até que a revista se posiciona de forma categórica solicitando que os leitores parassem de enviar tais correspondências.

Enquanto a seção dos ex-votos estava quase extinta, uma outra ocupava o seu lugar, era o *Consultório Católico*, nesta página o assinante escrevia fazendo perguntas sobre a religião, liturgia, e temas em geral, inclusive morais, e um sacerdote em nome da revista respondia. Em um período em que a Igreja Católica passava por tantas mudanças, era natural

que os fiéis tivessem questionamentos, as duas páginas que antes eram para comunicar graças, agora serviam para esclarecer dúvidas sobre a fé. As perguntas eram numeradas, talvez na tentativa de facilitar a pesquisa posterior por seus assinantes.

Em se tratando do novo posicionamento da revista com respeito às devoções populares, na pergunta 1.084 de junho de 1969, encontramos uma carta de um leitor que pedia para a revista publicar uma determinada novena, e a resposta “oficial” da *Ave Maria* é contundente ao afirmar que não publicaria, levando-nos a associar diretamente com o fim da publicação dos ex-votos midiáticos:

Pergunta: Obtive uma grande graça e gostaria de publicar a Novena das Três Ave-Marias pela *Ave Maria*... (V. L. A. S., M. C. M. S. e diversos assinantes).

Resposta: São muitos os que nos escrevem solicitando a publicação de orações, novenas, poesias de promessas, etc., através das páginas da *AVE MARIA*. Já avisamos muitas vezes que nossa orientação é **não publicar** orações, novenas ou pedidos de promessa através de nossa Revista. A razão desta recusa é, em primeiro lugar, porque a revista é de interesse geral e não pode atender a desejos particulares. Precisamos utilizar todo nosso pequeno espaço de nossa revista para proporcionar aos leitores a instrução e orientação que eles necessitam. Ainda outra razão: com o número elevado de assinantes que possuímos, se fôssemos atender a todas as solicitações de publicações de novenas e orações, quase converteríamos nossa revista num manual de preces ou em um novenário de promessa... **Rogamos, pois, que não enviem tais pedidos porque não serão atendidos** (*AVE MARIA*, 15/06/1969 – grifo nosso).

O leitor estava pedindo que a revista publicasse a novena pela qual ele havia conseguido a graça, fica difícil determinar que o agraciado tenha feito tal promessa de publicar a novena na revista como forma de pagamento. Não podemos afirmar que seja um ex-voto, segundo a sequência lógica que já vimos anteriormente, mas nos chama a atenção que ao descrever o pedido, a revista salienta que são inúmeros os devotos que pediam tais publicações. Levando-nos a crer que os leitores estavam acostumados, com esse tipo de publicação na revista, uma vez que foi a própria revista que incentivou por décadas essa prática votiva.

A não assimilação da nova linha editorial, ou da reconstrução da identidade da revista está na queda do número de assinantes. Mas os editores da revista tinham plena convicção de que através de sua nova postura no processo comunicativo, conseguiram mudar a mentalidade das pessoas provocando um despertar religioso engajado. Com o passar dos anos, sobretudo na década de 1980, quando se pensava em publicação periódica da Teologia da Libertação no Brasil, logo era citada a *AM*.

Os fatos que relatamos nesta pesquisa, tendo como objeto central a revista *Ave Maria*, podem ser aplicados a quase toda Igreja Latino-Americana, que por causa de um valor legítimo (purificação da fé), não conseguiu em um primeiro momento conciliar e se beneficiar da riqueza cultural de nosso povo na implementação de uma nova forma e pensar a Igreja.

De um radicalismo, passou-se a outro, e no meio dessa história ficaram as pessoas, devotas, em sua maioria gente simples, que viam suas crenças sendo combatidas. Percebemos que neste período houve uma verdadeira disfunção entre a teoria da folkcomunicação que nascia nesta época com a nova postura da Igreja.

A Igreja movida pela abertura, por um desejo de diálogo, na qual buscava uma aproximação com as ciências biológicas, exatas e sociais, não foi capaz de perceber toda discussão gerada nas academias de várias partes do mundo que exaltava a cultura como forma de resistência.

De forma mais específica, em se tratando de religiosidade popular e ex-votos, podemos destacar a bipolaridade entre os novos estudos acadêmicos, ressaltamos aqui os de Beltrão, com a visão um tanto míope da Igreja que neste momento entendeu estes elementos culturais e religiosos como possível causa de manutenção de um poder hegemônico.

De um lado, Beltrão dando destaque à comunicação do marginalizado através da cultura popular, do outro, a Igreja com a Teologia da Libertação fazendo “opção preferencial pelos pobres”, mas desprezando os grandes valores desta classe oprimida, sua forma mais legítima de se expressar, sua cultura, sua fé. Esta disfunção, cremos que seja um objeto ainda a ser pesquisado com maior afinco.

Ainda nos primeiros anos da década de 1980, várias conferências teológicas foram realizadas por todo Brasil na tentativa de romper este primeiro impulso de condenação da religiosidade popular. Tantos estudos e debates fizeram com que muitos teólogos ligados à Teologia da Libertação revissem suas posturas. Começou-se então outro movimento dentro da Igreja - o da valorização da cultura religiosa e folclórica como parte integrante da manifestação da fé.

A revista *Ave Maria*, também fez um processo de revisão, hoje podemos dizer que há uma visão teológica bastante crítica da realidade, levando os leitores a uma conscientização do seu papel como agentes transformadores sem, contudo, desprezar toda riqueza cultural e

religiosa, inclusive incentivando as práticas votivas. Porém, os ex-votos midiáticos impressos nunca mais tiveram sua força dentro da linha editorial desta publicação.

Recentemente, na página oficial da revista em uma rede social, começou a ser incentivada a inclusão de pedidos de oração e agradecimentos, a aceitação por parte dos seguidores da revista na web foi imediata. Ou seja, essa forma de manifestar a fé está tão enraizada em nós, que só pode ser um legado cultural.

Conclusão

O fato de a revista *Ave Maria* ter deixado de publicar os ex-votos midiáticos de forma tão radical sinaliza a negação de toda sua história, e a não compreensão de que os leitores continuavam os mesmos. Talvez o que tenha sido mais contraditório seja que a supressão das graças alcançadas justamente no período em que nasce a reflexão de Luiz Beltrão dando credibilidade comunicacional às manifestações populares, incluindo nessa categoria os *ex-votos*.

Beltrão denominou que a Folkcomunicação era a comunicação dos marginalizados. Parece um contrassenso que o documento de Medellín traga a grande novidade da “opção preferencial pelos pobres” e ao mesmo tempo não compreenda que a religiosidade popular em suas diversas vertentes é justamente a voz dessa classe oprimida, que encontra nos *ex-votos* uma forma de se expressar: “Identificando-as como a mídia dos ‘marginalizados’, Luiz Beltrão inventariou as formas rudimentares através das quais as camadas populares expressavam sua inconformidade em relação à sociedade instituída pelos estamentos superiores.” (MARQUES DE MELO, 2010, p. 105).

Referências

Documentos:

IGREJA CATÓLICA – *Compêndio do Vaticano II*. Petrópolis: Vozes, 1997

CONCLUSÕES DE MEDELLÍN, A *Igreja na atual transformação da América Latina à luz do Concílio*. Petrópolis: Vozes, 1969.

CONCLUSÕES DE PUEBLA. A *Evangelização no presente e no futuro da América Latina*. São Paulo: Edições Loyola, 1982.

Livros:

- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez Editora, 1980.
- _____, *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do campo: UMESP, 2004.
- _____, *O ex-voto como veículo jornalístico*. In: Comunicações e Problemas. Recife: INCINFORM/Universidade Católica de Pernambuco, n. 2, 1965.
- BEOZZO, José Oscar. *A Igreja do Brasil: de João XXIII a João Paulo II de Medellín a Santo Domingo*. Petrópolis: Vozes.
- CÁCERES, Luís Jesús Galindo (Org.). *Técnicas de investigación em sociedade, cultura y comunicación*. México: Addison Wesley Longman, 2001.
- CÂMARA CASCUDO, Luiz da. Carta sobre o ex-voto. In: Comunicações e Problemas. Recife: INCINFORM/Universidade Católica de Pernambuco, n. 2, 1965.
- CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas y Estrategias Comunicacionales*. In: Estudios sobre las culturas contemporaneas. Vol. III. n. 005. México: Universidade de Colima, 1997.
- FREIRE, Paulo. *Extenção ou comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- GONZÁLEZ, Jorge. *Exvotos y retablitos: comunicación y religión popular en México*. México: Universidade de Colima, 1986.
- GORDO, Luís Erlin Gomes. *Ex-votos – a saga da comunicação perseguida*. São Paulo. Ave-Maria, 2015.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro. DP&A Editora, 1999.
- IDÍGORAS, J.L. *Vocabulário teológico para a América Latina*. São Paulo: Paulinas, 1979.
- LIBÂNIO, João Batista. *O olhar teológico da festa do Rosário*. **Libânia**. Disponível em: <<http://www.jblibanio.com.br/modules/wfsection/article.php?articleid=1596>>. Acesso em: 14 de jan.2014.
- LUNA, Sérgio Vasconcelos de. Planejamento de pesquisa – Uma introdução – Elementos para uma análise metodológica. São Paulo: Educ, 1998.
- MARQUES DE MELO, José. *Mídia a e cultura popular: História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. São Paulo: Paulus, 2008.
- _____, *Os caminhos cruzados da comunicação: Política, economia e cultura*. São Paulo: Paulus, 2010.

_____, *A comunicação dos pagadores de promessas*. Documento da 8ª Conferencia Brasileira de Folkcomunicação. Teresina, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações – Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MOREIRA, Aldemar. *Formas populares da religião: Experiências brasileiras e teorias sociológicas*. São Paulo: IRESI, 1967.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. *O anúncio dos milagres: o ex-voto como processo de folkcomunicação*. Revista Eletrônica Temática, 2005. Disponível em: < <http://www.insite.pro.br/2005/38-0%20an%C3%BAncio%20dos%20milagres.pdf> >. Acesso em 14 jan.2014.

REVISTA AVE-MARIA – Acervo histórico.

Artigo recebido em: 16/07/2016

Aceito em: 26/09/2016