Ex-voto, patrimônio imaterial dos grupos marginalizados.[1]

Cristian Rogério MORONI[2]
Cristina SCHMIDT[3]
Universidade Mogi das Cruzes, UMC-SP

RESUMO
A riqueza e pluralidade das manifestações populares expressas por meio dos ex-votos, depositados em salas de milagres pelo Brasil, exigem políticas governamentais eficientes de preservação e valorização daquilo que Luiz Beltrão definiu como uma forma de comunicação de grupos marginalizados. Nesse sentido, delineamos uma discussão do processo folkcomunicacional localizando os grupos marginalizados divididos em três tipos: rurais, urbanos e os culturalmente marginalizados. A pesquisa teve abordagem qualitativa, com levantamento bibliográfico e documental, com observação participante em campo, e os dados foram analisados de acordo com o método descritivo. O objetivo foi estudar os grupos culturais marginalizados messiânicos que se expressam pelos ex-votos e integram o arcabouço do patrimônio cultural imaterial ou intangível. Este tipo de patrimônio envolve os conhecimentos, manifestações de vida e tradições de comunidades, grupos e indivíduos, e são transmitidos de geração para geração. E, sofrem constantes transformações, exigindo um trabalho cuidadoso de registro e preservação.

PALAVRAS-CHAVE: ex-voto; folkcomunicação; Beltrão; patrimônio imaterial; grupos marginalizados.

1. Ex-votos e a Folkcomunicação

O termo folkcomunicação, segundo Beltrão (2001), *"é a matriz que estuda a comunicação com foco nos agentes e nos meios populares de informação de fatos e expressões de ideias"* (BELTRÃO, 2001, p. 53).

Para o autor, o processo de comunicação ocorre entre facilidades e dificuldades naturais de acordo com o ambiente no qual se desenvolve, caracterizando, portanto, aspectos positivos e negativos ao gerar, transportar, receber e/ou armazenar mensagens. Assim, para Beltrão, a Folkcomunicação é o intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta e indiretamente ao folclore e, dentre suas manifestações,

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

algumas apresentam caráter e conteúdo jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção de mudança social (BELTRÃO, 2001, p. 73).

Em 1967, o jornalista Luiz Beltrão defendia a sua tese de doutorado, sob o título "Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias", uma área pouco conhecida na área acadêmica, hoje muito difundia e estudada pelos pesquisadores brasileiros.

Com diversos estudos, agregados às teorias que analisam o folclore e a cultura popular, Beltrão procurou demonstrar a Folkcomunicação como fator importante para o diálogo com as classes inexploradas pelas *mass media*. Para Beltrão (1971) a veiculação direta entre o folclore e a comunicação popular trouxe o conceito Folkcomunicação, "definido como o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore". (BELTRÂO, 1971, p. 15).

Nessa perspectiva e atribuindo a folkcomunicação como primeiro estudo da comunicação popular, estão os ex-votos, as "promessas", os "milagres", as graças alcançadas.

Beltrão faz uma sensível e humana interpretação sobre o ex-voto:

> Através dos ex-votos "corações sangram e com o seu sangue vai sendo escrita a história dos sofrimentos do povo nordestino, vítima das secas, dos latifúndios, das doenças e da fome. O ex-voto, na sua ingênua exageração de milagres é, na verdade, um veículo da linguagem popular, dos seus sentimentos. Agradecimento a Deus e protesto contra dificuldades e apuros da vida. (BELTRÃO, 1971, p. 148).

Os ex-votos são os objetos oferecidos aos oragos por fiéis, configurando-se como uma prática religiosa que reflete a crença e as atitudes do homem diante da vida, das doenças, da morte, do perigo. Expressa, ainda, suas ambições, seus desejos e suas alegrias (GÓES, 2009, p. 22).

A designação ex-voto aplica-se a um quadro, pintura ou objeto, placa com inscrições, figura esculpida em madeira ou cera a que se conferiu uma intenção votiva. O voto é a promessa, o ato anterior à graça que, uma vez alcançada, é cumprida por

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

meio da gratidão do prometido na oferta do ex-voto que são deixados em salas de milagres, dentre outros lugares como forma de agradecimento ao milagre alcançado.

Pode-se, então, considerar ex-voto como o objeto - objeto-testemunho de um pedido ou pagamento da graça - que pode ser depositado num local a ele destinado, e não a reza, a romaria, a novena, cantigas e ladainhas ou o nome do santo dado às pessoas. Essas tradições são ações votivas, fortalecidas pela devoção, são a desobriga, o pagamento da promessa (GÓES, 2009, p. 63).

Estudos realizados por Marques de Melo (2010, p.104) sugere a classificação dos ex-votos segundo o culturalista Jorge A. González, autor do livro *Exvotos y reablitos – religión popular y comunicación social em México*, no qual estabelece um estudo detalhado sobre os ex-votos como forma de comunicação social. Segundo de González (1986, p. 10-13), podemos classificar os ex-votos em cinco tipos:

a) Objetos figurativos da graça alcançada – são objetos votivos que configuram partes do corpo humano ou figuras humanas, animais, vegetais, carros, feitos nos mais diversos tipos de materiais;
b) Objetos que ressaltam um aspecto, elemento ou componente representativo do milagre realizado – as representações podem ser as mais diversificadas, como buquê de noiva, muletas e aparelhos ortopédicos etc.;
c) Objetos discursivos, nos quais de maneira escrita, em cartazes, placas de mármore e bronze, se propagam o milagre;
d) Objetos midiáticos – são os ex-votos impressos em jornais e revistas, com a intenção de divulgar a graça alcançada;
e) Retablitos – que em tradução livre podemos chamar de “tabuinhas”, ou seja, quadrinhos pintados (pictóricos) e diferentes materiais, geralmente em formatos retangulares que descrevem através da pintura o milagre alcançado.

Para descrever a realidade dos ex-votos brasileiros, o pesquisador e coordenador do projeto ex-voto do Brasil – José Cláudio Alves (2009, p. 7-8), desenvolveu uma pesquisa em diversas salas de milagres no país e sugere a seguinte classificação dos Ex-votos:

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

a) Artístico: Pictórico: Quadro, pintura em tela com moldura, pintura em madeira e desenhos. Geralmente representando pessoas ou o que ocasionou o pedido. Material usado: tintas, telas, papel e madeira. Ex.: telas com molduras, pinturas a óleo, quadros etc.;
b) Escultórico: geralmente representando o corpo humano (no todo ou em parte) e animais. Podem ser esculpidos ou modelados. Material usado: madeira, barro, gesso e parafina. Ex.: cabeças, pernas, mãos, órgãos do corpo, pequenas imagens de animais e pessoas, (maquetes de pessoas e igrejas) etc.;
c) Fotográfico: Todos os tipos de fotografias deixadas nos santuários, como forma de testemunho de um pedido ou de um pagamento da graça. Material usado: fotografia, molduras com vidro. Ex.: fotos 3x4, fotos grandes dentro de molduras com vidro, pôsteres etc.;
d) Bibliográficos: Placas de todos os tipos com inscrições, cartas relatando a graça alcançada, bilhetes, textos dentro de molduras com vidro etc. Material usado: papel, ferro, bronze, mármore e alumínio. Ex.: testemunhos de devoção em agradecimento em inscrições gravadas nas placas, cartas expostas em moldura com vidro;
e) Instrumentos musicais: Todos os tipos de instrumentos de música expostos nas salas de milagres dos santuários. Material usado: madeira, náilon, cordas. Ex.: violões, órgãos, flautas etc.;
f) Ourivesaria: joias, vasos, potes e bandejas de prata: Material usado: ouro, prata e aço. Ex.: colares, anéis, pulseiras, bandejas, estribos, espadas etc.;
g) Relacionados a medicina: Aparelhos Ortopédicos: muletas, botas, coletes ortopédicos etc. Material usado: alumínio, ferro, borracha, couro. Exames médicos: resultados de exames feitos, testemunhando a cura da enfermidade, chapas de radiografias etc. Material usado: papel, chapa de raio x. Caixas de remédios: diferentes tipos de medicamentos;
h) Relacionados ao trabalho e ao lazer (urbano e rural): Máquinas de costurar, máquinas de escrever, computadores, máquinas de calcular, espingardas, máquinas fotográficas etc. Material usado: madeira, aço, vidro, plástico;

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

i) Instrumentos artesanais: Rede de pesca, canoas, gibões, carros-de-boi, máquinas de tear. Material usado: linhas, madeira, cordas e osso de animais;
j) Relacionados aos meios de comunicação: Telefones, televisões, rádios, aparelhos de som. Material usado: madeira, plástico;
k) Relacionados à indumentária: Peças de roupas, tais como: camisetas, calças, pares de sapatos, chapéus, botas, conjuntos de terno e calça, vestidos etc. Além de serem encontrados pedaços de tecido de diversos tamanhos e cores. Material usado: couro, tecidos diversos, feltro, palha;
l) Relacionados a algum tipo de vício: Maços de cigarros, garrafas de bebidas alcoólicas e baralhos de cartas. Material usado: fumo, papel, vidro e bebidas alcoólicas;
m) Material orgânico: Mechas de cabelo, sacos de feijão, de arroz e milho, miomas in *vitru;*
n) Utensílios domésticos: Ferro de passar roupa, panelas, caldeirões, lampiões etc. Material usado: ferro, aço, alumínio e vidro;
o) Relacionado ao uso pessoal: Óculos, relógios de bolso e de pulso, canetas de diversos tipos, chaves etc.

Gomes Gordo (2017) propõe outra atualização dessas classificações, adicionando as seguintes tipologias:

a) Alimentícios: Supõe-se que as tradições de oferecer comidas e bebidas aos santos, como algo que lhes agradasse, que gostariam de comer ou beber, venha das religiões de matrizes africanas, como Candomblé e Umbanda;
b) Arquitetônicos: Construções de templos, igrejas e capelas. A Igreja da Candelária, no Rio de Janeiro, foi construída em 1609. A história conta que Candelária era o nome de um navio que enfrentou uma grande tempestade em alto mar. Um casal que estava na embarcação prometeu que se sobrevivessem construiriam uma igreja em homenagem a Nossa Senhora da Candelária. Assim fizeram;

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

c) Corpóreos: Expressões corporais, como peregrinações a pé, caminhar descalço, um corte de cabelo, ou não cortar o cabelo por um tempo. Pode entender-se como corpóreo também o ato de se vestir como o santo ou santa devocionado. Outro exemplo seria o esforço que os devotos fazem para tocar na corda que liga os fiéis à imagem de Nossa Senhora na festa do Círio de Nazaré. Por último, as tatuagens;
d) Orais: Testemunhos proferidos em locais públicos, em alta voz, onde o fiel conta qual foi a graça alcançada. Existem ainda programas de rádio ou televisão em que há espaço para esse tipo de manifestação ex-votivas;
e) Midiáticos e Digitais: Com o avanço das tecnologias as demonstrações de agradecimentos aparecem ainda na internet. Anúncios veiculados no WhatsApp, Facebook, Instagram, jornais, revistas e portais online.

2. Ex-voto – como é a definição de Patrimônio Cultural Imaterial

Os ex-votos são estudados em diversos campos da ciência e integram o arcabouço do patrimônio cultural imaterial ou intangível, uma vez que contam com muita abstração e ao mesmo tempo revelam uma expressão identitária. Este tipo de patrimônio envolve os conhecimentos, manifestações de vida e tradições de comunidades, grupos e indivíduos, que são transmitidos de geração para geração. Porém, os mesmos sofrem ameaças de desaparecerem por conta das constantes transformações, modificações e multiplicações que ocorrem com a transmissão dos seus portadores com a passagem do tempo, exigindo um trabalho cuidadoso de registro e preservação.

Diante disso, a Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, com sede em Paris, com o objetivo de contribuir para a paz e segurança no mundo mediante a proteção e disseminação da educação, ciências naturais, ciências sociais/humanas e comunicações/informação – adotou a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial em 2003.

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

O artigo 2º da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial define que:

> (...) práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (UNESCO, 2003, p.4).

Neste contexto, a folkcomunicação torna-se apropriada para a reflexão e demarcação dos patrimônios culturais imateriais, uma vez que abre caminho para salvaguardar as práticas identitárias de grupos sociais, localizando o indivíduo em seus processos e relações, principalmente em relação aos grupos marginalizados pelas *Mass media*, colocando a cultura como objeto, mas focalizando particularmente os processos comunicacionais estabelecidos.

3. Iphan – as políticas brasileiras de preservação do legado imaterial

Cabe ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, no Brasil, a preservação do Patrimônio Cultural Material e Imaterial. Enquanto o processo de tombamento é mais claro e bem delineado no que concerne a conservação de edificações, casas, igrejas, monumentos, sítios naturais, no caso no imaterial, o processo quando falamos de patrimônio de natureza imaterial ganha complexidade, pois, preservação ritos, celebrações, expressões musicais, corporais, verbais, cênicas, conhecimentos e técnicas, exigem instrumentos de salvaguarda que garantam as condições de produção e reprodução desses bens. Diz literalmente a publicação do IPHAN:

> (...) Nesse caso, a preservação tem como foco não a conservação de eventuais suportes físicos do bem (...), mas a busca de instrumentos e medidas de salvaguarda que viabilizem as condições de sua produção e reprodução, tais como: a documentação do bem, com vistas a preservar sua memória; a transmissão de conhecimentos e competências; o acesso às matérias primas

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

> e demais insumos necessários à sua produção; o apoio e fomento à produção e ao consumo; a sua valorização e difusão junto à sociedade; e, principalmente, esforços no sentido de que os detentores desses bens assumam a posição de protagonistas na preservação de seu patrimônio cultural, (2006, p. 17 e 18).

Outras características fundamentais são a sua continuidade histórica, mesmo que marcada por transformações a atualizações, com a manutenção dela enquanto referência cultural para a comunidade/povo/grupo, e a transmissão geracional.

As noções de referência para a incorporação do que pode ser classificado como patrimônio cultural exigiu uma nova postura em relação à preservação e gestão dos bens culturais brasileiros, revelando que a atribuição de valor patrimonial não pode ser prerrogativa somente do Estado e de seus representantes. Deve, eticamente e obrigatoriamente, envolver os sujeitos e protagonistas que mantêm e produzem bens culturais.

Indagações sobre quem tem legitimidade para selecionar o que deve ser preservado, a partir de que valores, em nome de quais interesses e de quais grupos, passaram a pôr em destaque a dimensão social e política de uma atividade que costumava ser vista como eminentemente técnica. Entendia-se que o patrimônio cultural brasileiro não devia se restringir aos grandes monumentos, aos testemunhos da história 'oficial', em que sobretudo as elites se reconhecem, mas devia incluir também manifestações culturais representativas para os outros grupos que compõem a sociedade brasileira – os índios, os negros, os imigrantes, as camadas populares em geral. (FONSECA, 2000, p.11)

Os registros dos bens culturais de natureza imaterial estão contextualizados nos Livros do Registro, seguindo os ditames do Decreto nº 3.551/2000, que, entre outras coisas, oferece a categorização desse registro em: Saberes, Formas de expressão, Celebrações, Lugares. O ministro da Cultura, instituições vinculadas ao Ministério da Cultura, secretarias estaduais, municipais e do Distrito Federal, sociedades e associação civis podem instaurar processos de registro.

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

Os estudos folkcomunicativos, com dados sistematizados por meio das pesquisas de campo, contemplam os ditames definidos pelo IPHAN, à medida que, em diferentes momentos, realizam estudos que mapeiam e registram processos comunicacionais próprios dos grupos detentores do bem cultural no cenário nacional, ou também quando um pesquisador aprofunda um estudo de caso em detalhes. Esses trabalhos de campo levantam o aspecto imaterial da transmissão do bem, valor, do saber, do fazer, do sentir, do relembrar dentro de uma contextualização. E, ainda, pela maneira como divulga e media os conteúdos desses bens, tornando-os referência e patrimônio de bens com valores inestimáveis à cultura.

Considerações finais

A importante missão da conservação do patrimônio cultural de uma comunidade/população/povo/grupo vai muito além da preservação dos aspectos concretos de construções, monumentos, objetos e obras de arte. Deve ser integrada pelos aspectos imateriais que fortalecem a ideia de pertencimento de indivíduos a uma determinada comunidade/população, como os usos, costumes, memória e manifestações culturais, que se transformam com o decorrer do tempo e fazem parte da vida das pessoas. O fortalecimento desse vínculo (indivíduo como pertencente a determinada sociedade, sociedade/grupo/lugar, oferecendo uma base identitária) é um dos objetivos principais da preservação do patrimônio cultural.

E, os estudos folkcomunicativos, com dados sistematizados por meio das pesquisas de campo, contemplam os ditames definidos pelo IPHAN, à medida que, em diferentes momentos, realizam estudos que mapeiam e registram processos comunicacionais próprios dos grupos detentores do bem cultural no cenário nacional, ou também quando um pesquisador aprofunda um estudo de caso em detalhes. O patrimônio imaterial é uma fonte identitária, que carrega a sua própria história, especialmente importante para as comunidades culturalmente marginalizadas. É exatamente por isso, que os estudos em Folkcomunicação se constituem em importantes

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

ferramentas e documentos que registram e refletem sobre esse patrimônio identitário que é o ex-voto.

Em tempos de grandes alterações, em que as civilizações enfrentam os enormes e complexos impactos dos avanços tecnológicos e das interações globais, garantir o fortalecimento das tradições culturais e populares, particularmente dos grupos minoritários e marginalizados, assegura a continuidade da diversidade cultural no âmbito das inúmeras comunidades, caminhando para uma realidade cada vez mais plural e rica. Nesse sentido que se destacam os ex-votos como mecanismos de folkcomunicação dos grupos marginalizados que transmitem sua cultura, seus valores e suas experiências de vida, fazendo parte de um patrimônio cultural imaterial.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação:** teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004, p. 118-119.

_____. Comunicação e Folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

_____. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. Cortez. São Paulo. 1980.

EX-VOTO DO BRASIL. Disponível em: https://www.nucleodepesquisadosex-votos.org/o-ex-voto.html. Acesso em 05 de out. de 2019.

FONSECA, **Maria Cecilia Londres. Referências culturais: base para novas políticas de patrimônio**. Em: Manual de Aplicação do INRC. Brasília, Iphan/DID, 2000, p.11.

GONZALEZ, J. Exvotos y retablitos: comunicación y religión em México. In: GONZALEZ, J. **Cultura (s).** Colima: Universidad de Colima, 1986.

GÓES, Maria da Graça Coutinho de. **Ex-votos, promessas e milagres: um estudo sobre a Igreja de Nossa Senhora da Penna**. Fundação Getúlio Vargas, 2009. 140 p. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Bens Culturais e Projetos Sociais), Rio de Janeiro, 2009.

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.

GORDO, Luís Erin Gomes. **Ex-votos: a saga da comunicação perseguida**. São Paulo. Editora Ave-Maria, 2015.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Os sambas, as rodas, os bumbas, os meus bois: A trajetória da salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil. Brasília: Brasília Artes Gráficas, 2006.

_____. O Registro do Patrimônio Imaterial: Dossiê final das atividades da Comissão e do Grupo de Trabalho do Patrimônio Imaterial. Brasília: IPHAN, 2000

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e Cultura Popular:** História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

OLIVEIRA, José Cláudio Alves. Ex-votos do Brasil: Fragmentos da Riqueza, Diversidade e Curiosidade da Religião do Povo. In. VENECULT. Encontro de 54 Estudos Multidisciplinares em Cultura. UFBa. Salvador, BA. 2009. Disponível em: http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19058.pdf. Acesso em: 22 de nov. 2019.

SAIA, Luis. **Escultura Popular Brasileira**. São Paulo: Gazeta, 1944

SCARANO, Julita**. Fé e milagre**: ex-votos pintados em madeiras: século XVIII E XIX. São Paulo: EDUSP, 2010.

UNESCO. Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. Paris, 2003.

_____. Políticas Culturais para o Desenvolvimento: uma base de dados para a cultura. Brasília, 2003.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação na Arena Global. São Paulo. Editora Ductor.2006

[1] Trabalho apresentado no GT Pensamento Comunicacional, do PENSACOM BRASIL 2019.

[2] Cristian Moroni é mestre em Políticas Públicas da Universidade Mogi das Cruzes - UMC-SP. Especialização em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Docente dos cursos de Licenciatura e Pesquisador, ambos na Universidade Mogi das Cruzes – UMC, e-mail: prof.cristian.sp@gmail.com.

[3] Orientador do Trabalho. Cristina Schmidt fez pós-doutorado na Cátedra UNESCO/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional; é doutora em Comunicação pela PUC-SP; mestre em Teoria e Ensino da Comunicação e Jornalista, ambas pela Universidade Metodista-SP- Umesp. É vinculada à Rede Folkcom, Intercom e Alaic. Professora e pesquisadora. Ainda é Coordenadora do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas – UMC, e-mail: cris_schmidt@uol.com.br.