



Mitológicas

ISSN: 0326-5676

ISSN: 1669-0982

caeasecretaria@gmail.com

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
Argentina

Alves, Daniel

**IMAGENS, BIBLIAS, BANDAS E FAVAS: O MERCADO DE
BENS COM MARCAÇÃO RELIGIOSA EM CATALAO, BRASIL**

Mitológicas, vol. XXXIV, 2019, , pp. 9-35

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
Argentina

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14661616001>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em redalyc.org



Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

IMAGENS, BIBLIAS, BANDAS E FAVAS: O MERCADO DE BENS COM MARCACAÇÃO RELIGIOSA EM CATALÃO, BRASIL

Daniel Alves*

Summary: It is analyzed the market of goods with religious marking at Catalão, city at the Goiás state, Brazil. It is identified demographical, historical and contextual aspects those are elusive to understand the building of the religious milieu. The religious articles shops at Catalão are comprehended through the trajectory of the people in charge of them, observing the tensions between religious identity and business professionalization. These shops have different forms of organization, depending on their association or not with religious institutions. The performance of these entrepreneurs is understood by themselves as a conscious formulation between pragmatic marketing management and symbolical religious belonging. Particularities of religious belonging elucidate social actor comprehensions about potentials and limits of their enterprises. It is examined product categories that might be founded in these shops, and in some cases it is paid attention to changes in the field of consumer or market practices.

Keywords: market, religious articles, Catalão (Brazil).

Introdução

Entre 2015 e 2018, fizemos observação de campo e entrevistas com pessoas envolvidas com a venda de bens com marcação religiosa na cidade brasileira de Catalão (1).

Ao longo do processo, foi necessária uma contextualização histórica e demográfica que permitisse compreender as nuances das considerações que nos foram transmitidas. Essa contextualização figura como a primeira parte do texto. A seguir, trazemos resultados de quatro situações de entrevista que ilustram quatro segmentos de artigos religiosos (evangélico, católico, umbandista e espírita kardecista). Na terceira parte, tomamos o conjunto das lojas que encontramos na cidade, buscando compreender as categorias de produtos à venda. Apontamos, através desses dados, transformações em curso tanto nas religiões como no consumo, buscando

uma perspectiva ampla e compreensiva acerca desse mercado.

Catalão (GO): história e atualidade

O núcleo urbano que deu origem à cidade de Catalão existe desde o século XVIII, e sua inauguração teve como marco a passagem de Bartolomeu Bueno da Silva (mais conhecido como o bandeirante Anhanguera) pela região interior da então Capitania de São Paulo, na década de 1720. Como era comum, o domínio territorial passava pela constituição de uma comunidade religiosa. O responsável por esta comunidade teria sido, nesse primeiro momento, um capelão natural da região da Catalunha (Espanha), e por isso o nome do lugar ficou marcado como “sítio do Catalão”. O município foi reconhecido em 1833. Onze anos antes

* Universidad Federal de Goiás, Brasil Pos-doc CEIL CONICET. E-mail: danalves1978@yahoo.com.br

disso, o Império Brasileiro havia conquistado sua independência política face ao Império Português, ainda que o Imperador resultante dessa separação fosse o príncipe-regente de Portugal, Dom Pedro I.

O povoamento de Catalão foi iniciado a partir de levadas migratórias oriundas de Minas Gerais, por ocasião do segundo ciclo de povoamento do interior do Brasil. O primeiro ciclo, associado à busca por ouro, estabeleceu núcleos urbanos antes do povoamento rural; no segundo ciclo, houve o povoamento rural e esparsos do território que depois deu origem às cidades (Gomez, 1994: 22), ao longo dos séculos XVIII e XIX. Em 1820, Catalão foi erguida ao status de arraial, mas pelo menos desde a bandeira de Anhanguera, em 1682 (Campos, 1976: 32) havia marcos de desbravamento lusodescendente das terras.

Examinando a discussão histórica sobre a formação da cidade, percebe-se que o principal interesse do processo da colonização, encabeçada por essas expedições conhecidas como “bandeiras” consistia em encontrar metais preciosos (ouro, especialmente) e aprisionar os índios. Certamente existiam índios na região na época das primeiras bandeiras, mas não há muitas informações sobre as resultantes do contato. Se tomarmos informações existentes acerca de outros lugares do Estado de Goiás, certamente teremos a mesma configuração, que consiste na tentativa de catequização, seguida da tentativa de aprisionamento e incorporação dos índios como mão-de-obra escrava (Karasch, 1992). Na região Sudeste de Goiás, hoje, não há registro de comunidade indígena existente, dado que aqueles índios que sobreviveram ao processo ao longo dos séculos certamente foram expulsos

para as regiões onde a colonização ainda não havia avançado de todo, para o Norte e/ou para o Oeste. Dado que não foram encontradas grandes jazidas de metais preciosos comparáveis com as que existiam nas Minas Gerais, a colonização foi avançando no modelo do “brasil caipira”, baseando-se em localidades isoladas com uma economia rural de pequena escala e autoconsumo (Cândido, 2001). A cidade de Catalão destoava um pouco disso, configurando-se como um entreposto comercial e ponto de parada de tropas que viajavam para o interior do país.

Ao longo de alguns séculos de existência, Catalão foi se tornando uma cidade com uma dinâmica econômica mais vinculada aos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Contudo, sua política desde sempre esteve ligada a Goiás, seja no período do Império (1821-1889) ou na República (1889 até o presente momento). A política interna de Catalão sempre foi muito disputada. Ao invés de duas famílias que se revezavam no poder, como era comum nas cidades brasileiras na primeira metade do século XX, a cidade testemunhou nesse período tensões entre várias famílias, marcadas por violências e vinganças que atravessaram décadas.

A cidade de Catalão teve população estimada em 106.618 pessoas, enquanto que na microrregião, composta de 11 municípios (2), estima-se que vivam 170.000 habitantes (Brasil, 2018). As principais atividades econômicas na microrregião são a agropecuária e o extrativismo mineral. No campo, destaca-se a produção de grãos (especialmente de soja e de milho) e a carne de gado. O extrativismo mineral baseia-se na exploração do ferro, do fósforo e do nióbio.

Desenvolveu-se ao longo da segunda metade do século XX um parque industrial em Catalão, no qual se destacam uma montadora de carros e outra, de maquinário agrícola.

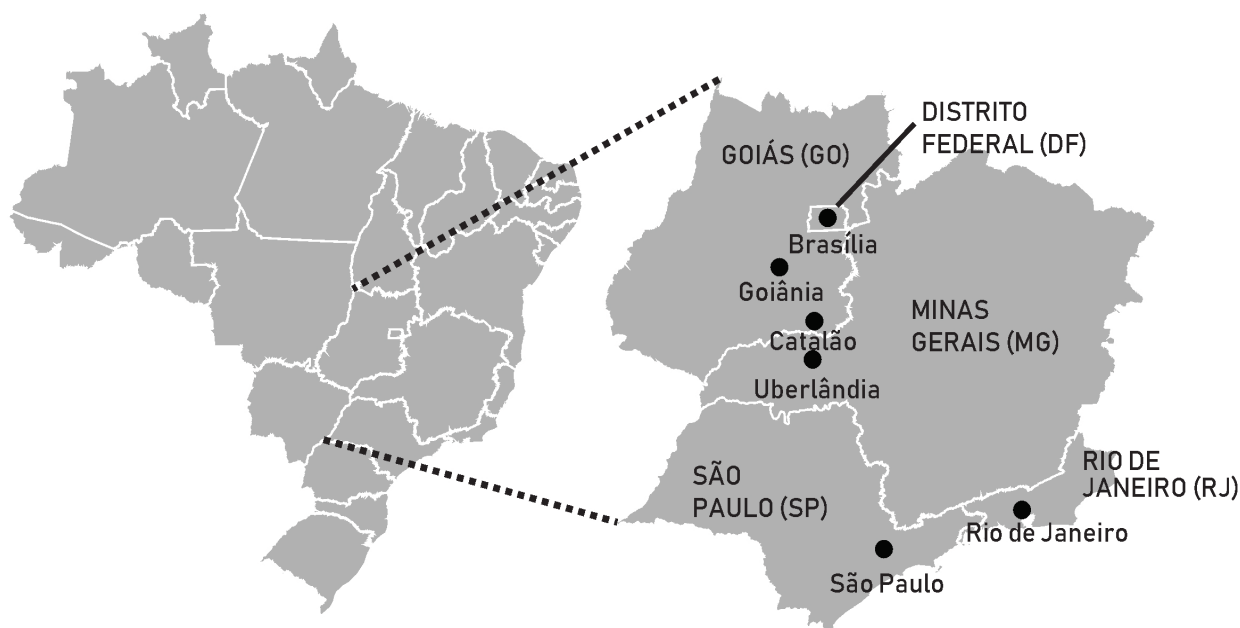
Introdução e apreciações prévias de dados demográficos

Nesse segmento, analisaremos alguns dados demográficos de forma comparativa, tentando entender se há dados específicos em Catalão que destoam da conformação da demografia religiosa no Brasil e em Goiás. Além disso, discutimos bibliografia pertinente à constituição do campo religioso em sua relação com tal demografia religiosa, especialmente no que tange às manifestações do cristianismo e do espiritismo kardecista.

A comparação das diferentes escalas, segundo o Censo Demográfico 2010 (Brasil, 2012), levou-nos às seguintes constatações: 1) identifica-se o padrão de declínio da declaração de pertencimento católico, verificado no Brasil entre os anos de 2000 e 2010, também na cidade (de 74 a 62,3%) e na microrregião de Catalão (de 73,3 a 64,4%); 2) a frequência relativa de evangélicos na microrregião (22,3%) e na cidade (24,4%) é menor que no conjunto do Estado de Goiás (28,1%); e 3) a diferença realmente observável entre Catalão e as outras unidades de comparação diz respeito à proporção de espíritas.

Cabe aqui nos deter sobre este último ponto. A percentagem de espíritas declarados na cidade e microrregião de Catalão é maior que a percentagem nacional de declarações de pertença es-

Fig. 1 - Localização no país dos principais estados e cidades brasileiras mencionados neste artigo



Fonte: Menegaz, Felipe. **Mapa das divisões dos estados brasileiros**. Disponível em https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brazil_Blank_Map.svg, acesso em 20 jul 2019. Com alterações do autor do artigo. Citado conforme exigência da licença para uso da imagem (Creative Commons).

pírita. Enquanto que, em nível nacional, temos uma cifra de 2% de espíritas, na microrregião temos 4,2%, enquanto que na cidade 4,3% da população afirmou-se espírita em 2010. As microrregiões nacionais em que há proporção de espíritas maior que 2,5% no interior estão concentradas em dois pontos: ao centro e ao extremo sul do país (Brasil, 2012). Levanta-se aqui uma hipótese histórico-cultural para este dado: a trajetória do espiritismo kardecista em Catalão está ligada a centros dinâmicos de difusão espírita em atividade desde o início do século passado, alguns dos quais muito atuantes na divulgação religiosa no centro do país.

a) **O catolicismo em declínio numérico e sua manutenção hegemônica**

A diversidade religiosa, em Catalão, não era um problema historiográfico até há pouco. Se tomarmos os historiadores citadinos, regionalistas, “amadores” ou memorialistas (nomes que se dão aos locais que produziram história para o consumo intelectual interno), vemos que não há quase menção a outras religiões que não a católica romana, embora se reconheça a importância do tema em alguns assuntos-chave (especialmente, no que diz respeito à Festa de Nossa Senhora do Rosário). O problema historiográfico de monta na produção local é o da história das elites políticas e sua ligação com o eixo violência-progresso, referida em levantamento de trabalhos defendidos no Departamento de História do Campus Catalão, realizado por Calaça (2002), ou, mais contemporaneamente, violência-racionalização (Gomez, 1994: 28-30). Campos (1976: 49) trata a hegemonia católica como uma evidência: “Totalidade da população pro-

fessa a religião Católica Apostólica Romana”. Depois de duas páginas dedicadas à estrutura da Igreja Católica, suas paróquias, escolas, congregações e catequistas, Campos (idem: 51) agrega um parágrafo sumariando a presença de outras religiões, como as históricas e a Igreja Cristã Evangélica; e outro mais, onde atesta a presença dos Espíritas e arrola sua rede de proteção social na cidade. Essa diferença de peso entre católicos e os “outros” atesta que a diversidade das religiões em Catalão não foi analisada pelos historiadores tradicionais da cidade. A ascensão do evangelismo pentecostal é recente em Catalão, assim como em outras cidades pequenas e médias. A produção histórica e etnográfica sobre as igrejas evangélicas na cidade ainda se encontra em consolidação. Ainda assim, o tema da diversidade religiosa aparece em torno de uma grande festa popular da cidade: as *congadas* em homenagem a Nossa Senhora do Rosário. Muitos atestam (p. ex., Campos, 1976: 117) a ancestralidade negra da festa expressa especialmente pelo simbolismo (Nossa Senhora/Iemanjá), porém há uma armadilha aqui. Ao filtrar a memória étnica pela festa, subrepticamente assume-se a hegemonia católica para dentro da análise. Talvez o preço pago pela preeminência historiográfica e etnográfica (Brandão, 1985; Arcanjo, 2003; Rodrigues, 2008; Carmo & Mendonça, 2008; Katrib, 2009; Costa, 2010; Paula; 2010; Silva, 2012) da festa de Nossa Senhora do Rosário tenha reverberado na falta de documentação sobre as religiões afrobrasileiras em Catalão. Não escapa a muitos analistas mencionados a tentativa de um englobamento da narrativa dos negros na história da cidade por meio da festa, então, para os grupos devocionais populares (os

ternos de congo) o melhor a expressar publicamente é o catolicismo possível no contexto da festa. A festa do Rosário, portanto, torna-se a junção tensa dos catolicismos possíveis professados não só pelos ternos de congo, mas também pelos órgãos públicos, pelas empresas multinacionais, e pelo catolicismo institucional, dos carismáticos e dos católicos praticantes.

Declaram-se católicos e católicas 64,4% das pessoas na cidade de Catalão, segundo o Censo Demográfico 2010. Assim como em quase todas as cidades do Brasil, houve um decréscimo do percentual de católicos, que foi de 73,3% em 2000 ao atual patamar. De qualquer forma, a institucionalidade católica se mantém preponderante na paisagem religiosa da cidade. Para tanto, basta lembrar que, nas três paróquias existentes, temos dois seminários/noviciados em atividade, duas casas de irmãs, quase 90 grupos de Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), 15 grupos da Renovação Carismática Católica (RCC), além de Pastoral da Família, cursilhos, grupos de reza do terço e mais 41 capelas, divididas quase igualmente entre a zona urbana e rural da cidade. Isto, além de escolas de ensino fundamental e médio tradicionais na cidade (Mãe de Deus, São Bernardino de Siena).

Se nos fiarmos à análise de Palacín Gomez (1994), reconhecermos que os primeiros marcos territoriais dos lusodescendentes, e a imagética social desta territorialidade, estava associada ao catolicismo popular. Já desde seu início, esse tipo de catolicismo era caracterizado pelo sincretismo: *“Arrancado de seu humus particular, o catolicismo português viu-se jogado num espaço aberto e sem fim, onde encontrou sincronicamente universos simbólicos diferen-*

tes, através da forçada aproximação de três povos desenraizados” (Sanchis, 2001: 24). Esta “forçada aproximação” entre índios, brancos e negros instaurou simbologias religiosas porosas que dialeticamente respondiam às necessidades simbólicas existenciais e justificantes de uma formação social rígida.

Com a separação entre Igreja Católica e Estado brasileiro em 1891, a Igreja Católica, em face das práticas do catolicismo popular, passou a se reestruturar para doutrinar os católicos. Era necessário que os párocos acompanhassem de perto os leigos e intensificassem as atividades paroquiais junto a eles. Várias medidas orientadas pela Santa Sé foram tomadas nas dioceses e paróquias em todo Brasil. Num processo conhecido como “romanização” (Ribeiro de Oliveira, 1976), os santos populares foram sendo substituídos por outros e através destes o culto favorecia a prática dos sacramentos e de devoções europeias. O processo se desenvolveu com a colaboração de congregações que vieram da Europa. O culto popular foi inibido nas capelas, mas continuou na esfera privada. Desta maneira, significantes que os romanizadores trouxeram foram reinterpretados à maneira do catolicismo popular. A presença do padre junto aos leigos católicos intervém em suas práticas e garante a doutrinação no catolicismo e a participação nos sacramentos. Embora sob controle simbólico dos padres, os católicos não deixaram de lado práticas do catolicismo popular como as festas dos santos, batizados em fogueira, benzeção, promessas, entre outras.

b) **Os evangélicos e sua contemporânea expressão pública na cidade**

Na cidade de Catalão a menor parte

dos evangélicos estão congregados em igrejas protestantes tradicionais (1,5% da população), enquanto que 16,3% dos pesquisados na amostra do Censo se declararam evangélicos pentecostais. Paul Freston (1994) descreve o pentecostalismo brasileiro em três ondas. Segundo o autor, as instituições pentecostais são dinâmicas e em constante adaptação. Com frequência as mudanças são objeto de lutas internas nessas instituições.

Na primeira onda chegaram ao Brasil: a Congregação Cristã em 1910 e Assembleia de Deus em 1911. Por quarenta anos foram as formas religiosas pentecostais mais expressivas. Nesse período a Assembleia se expandiu geograficamente e se tornou o protestantismo de maior expressão nacional. A segunda onda é identificada entre os anos 1950 e 1960, momento em que o campo pentecostal se divide em fragmentos e sua relação com a sociedade se tornou mais dinâmica. Em meio a dezenas de grupos menores surgiram, no contexto paulista, três grandes igrejas: Igreja do Evangelho Quadrangular em 1951, Brasil para Cristo em 1955, e em 1962 a Igreja Pentecostal Deus é Amor. Na década de 1970, a partir de uma igreja específica, denominada “Nova Vida”, duas igrejas cariocas trouxeram inovações ao pentecostalismo, fazendo surgir no país a terceira onda Pentecostal, que ganhou força nos anos 80. Em 1977 foi fundada a Igreja Universal do Reino de Deus, e em 1980, a Igreja Internacional da Graça de Deus.

Em Catalão, encontramos igrejas pentecostais oriundas das “três ondas” descritas na periodização de Freston (1994). Da primeira onda verificamos a presença da Congregação Cristã no Brasil, a Igreja Evangélica Assembleia de

Deus e a primeira delas, a Igreja Cristã Evangélica (fundada em 1902). Da segunda onda, apresentam-se a Igreja do Evangelho Quadrangular, Deus é Amor e Casa da Bênção. Da terceira onda, destacam-se a Igreja Universal do Reino de Deus, a Igreja Mundial do Poder de Deus e a Igreja Internacional da Graça de Deus. Ainda é necessário relatar que temos uma série de ministérios recentes e independentes que não necessariamente organizam-se nos mesmos princípios organizacionais e teológicos das igrejas de terceira onda. Esse é o caso, por exemplo, da Igreja Catedral de Adoração e Milagres (fundada por um pastor local) e das Igrejas Videira e Fonte de Vida (ambas com sede em Goiânia). Essas últimas são parte de um processo de aumento de oferta religiosa no pentecostalismo que vem se desenrolando que vem se desenrolando nacionalmente nos últimos anos (Alves, 2012).

c) **Os espíritas em Catalão: notas para uma história local**

O Espiritismo em Catalão originou-se no entorno da construção da Estrada de Ferro Goiás, que ligava a cidade de Araguari (MG) a Goiânia (GO). Nessa via férrea, em 1913, foi inaugurada a Estação Ferroviária em Catalão. No entorno da estação ferroviária vieram morar pessoas que conheciam o “Evangelho Segundo o Espiritismo”, livro seminal de Allan Kardec. Estes comerciantes e trabalhadores uniram-se para dar início ao primeiro centro espírita de Catalão.

Partilhamos em conversas algumas memórias com líderes locais, especialmente com Eurípedes Correa, líder espírita há quatro décadas na cidade. Foi-nos relatado que o primeiro

centro espírita foi fundado por um trabalhador da ferrovia apelidado de Zé Pretim, por uma senhora parteira que tinha apelido de Dona Xixi e um comerciante de nome Paracatu. Paracatu negociava mercadorias com um vendedor viajante que era irmão do médium Eurípedes Barsanulfo, criador e diretor do primeiro colégio brasileiro com orientação espírita no Brasil, o Colégio Allan Kardec, na cidade de Sacramento (MG). A comunicação do comerciante Paracatu com o irmão de Eurípedes Barsanulfo possibilitou a aproximação desse grupo que deu início ao primeiro centro espírita em Catalão, num salão de uma casa acima da ferrovia. Dona Xixi, a parteira, se tornou amiga de Eurípedes Barsanulfo, que era entre outras coisas professor e farmacêutico (3); os dois trocavam experiências sobre obstetrícia e medicamentos. As reuniões neste primeiro centro aconteciam às escondidas porque o espiritismo era muito perseguido. Conforme nos foi relatado, era difícil ser espírita naquela época porque o espiritismo era muito perseguido pelo clero católico, a comunidade não-espírita os rejeitava e as autoridades tentavam fechar os centros e impedir atividades desenvolvidas pelos espíritas na cidade. Por causa disso, muitas pessoas evitavam revelar que eram espíritas.

Muitos anos após o primeiro centro espírita ter fechado, também nas proximidades da ferrovia, foi construído o Centro espírita Amor e Fraternidade. Deste centro espírita saíram lideranças e criaram outros centros. Em 2015 havia nove centros espíritas em atividade na cidade. No início, o espiritismo dava assistência a pessoas em sofrimento psíquico e físico. Hoje, centros espíritas administram instituições de caridade, uma escola, e outras funções assistenciais.

A comercialização de artigos religiosos na microrregião de Catalão (GO)

Encontramos, na microrregião, lojas de artigos religiosos apenas na cidade de Catalão (GO). A cidade de Ipameri, a segunda mais populosa, não conta com uma loja exclusivamente voltada para o segmento. Na cidade de Goiandira, encontramos uma loja de artigos religiosos católicos de muito pequena escala, certamente sem alvará de funcionamento. No mais, pode-se encontrar venda de bíblias e de imagens religiosas em outros tipos de estabelecimento comercial em Goiandira, como numa papelaria e até mesmo num restaurante. Nas outras cidades da região não foram encontradas lojas de artigos religiosos. A distribuição desses estabelecimentos comerciais na cidade de Catalão pode ser encontrada nas figuras 02 e 03. Nesta parte, ensejamos lançar interpretações sobre o material oriundo de entrevistas e de observação participante para a compreensão do mercado de bens com marcação religiosa. Realizamos entrevistas com proprietários ou encarregados de estabelecimentos comerciais de artigos e mídias religiosos nas cidades goianas de Catalão, Pires do Rio e Goiânia, além de entrevistar uma proprietária de uma indústria de moda evangélica em Abadia de Goiás. apreciaremos, para efeitos da discussão que segue, apenas as entrevistas que realizamos na cidade de Catalão. Aqui desenvolveremos uma compreensão sobre o conteúdo das entrevistas com pessoas envolvidas no comércio de bens com marcação religiosa. Faz-se necessário dizer que essas entrevistas se deram em sua maioria no espaço de trabalho destas pessoas, quase todas durante o mês de março de 2018.

Pessoas, religiões, mercados

Sidnéia, 30-35 anos, tem grau superior completo e administrava um supermercado na cidade. Sua mãe converteu-se à Igreja do Evangelho Quadrangular quando Sidnéia tinha seis anos de idade. Em 2017, ela deixou o trabalho no comércio em nome de uma vocação diferente.

“A loja era de uma amiga minha, a loja já tá fazendo nove anos esse ano, ela era de uma amiga minha e eu trabalhava. (...) Foi quase quinze anos, já tava muito esgotada, adquirir doenças sabe? Alergia, devido ao stress ao extremo. E um dia ela comentou comigo na igreja numa reunião: “se você souber de alguém que quer comprar eu estou vendendo a loja” ai parece que aquilo foi um impacto em mim, gente parece que me deu aquela vontade, mas ao mesmo tempo eu pensei “meu Deus, mas eu não tenho dinheiro pra mim comprar né” e também não perguntei valor, pensei “isso é fora de cogitação. (...) A gente tava orando em círculo lá, a gente tinha feito vários círculos de oração para orar pela cidade, pelos hospitais, orar pela cidade em geral. E eu tava do lado dela [da amiga que tinha a loja, mencionada ao início] e quando terminou a oração virou pra mim e falou assim “Sidnéia você sentiu algo saindo da minha mão e entrando na sua mão?” eu falei “não, não senti nada não”, ela falou “não, pois é, algo saiu de mim e entrou em você”, ela sentiu. Achei muito interessante e ai ta passou, ai depois eu já tinha comprado a loja, ai um dia eu conversando com a menina na porta da igreja esse negócio vem na minha cabeça e ela ia saindo assim de carro, eu até gritei ela “Railda, lembra que aquele dia lá?”

e ela falou “nossa, e é verdade”. Porque o dia que eu fui pedir a opinião pro meu pastor pra comprar a loja, que que ela achava e tal, e ele mesmo falou pra nós, falou “Sidnéia você tem que olhar aquilo ali não como uma loja, mas é um ministério”. E é verdade.” (Entrevista com Sidnéia, maio de 2018)

Sidnéia portanto passou a ser dona da loja *Rosa de Saron*, em meio à interferências de sinais reconhecidos como divinos e do aconselhamento do pastor de sua igreja. Hoje, as vendas se dividem entre bíblias, camisetas, livros e “óleos de unção”, para mencionar os itens de mais saída, com destaque para as primeiras. No ramo das camisetas, eram vendidas especialmente aquelas da marca *Pecado Zero*, produzidas numa indústria de Americana (SP), e em menor medida, *Marka da Paz*, com sede na cidade de Abadia de Goiás (GO) (4). Sidnéia desempenha papel bastante ativo como uma líder na primeira Igreja Quadrangular de Catalão. Reconhece, ainda, que a maior parte de seus clientes não são de sua igreja:

“Eu conversei com uma concorrente minha semana passada, a gente conversando, ela falou pra mim “o pessoal da igreja não compra aqui” e se eles não compram lá quer dizer que eles não compram pra você vê. Os nossos, assim, o meu público é mais ou menos igual o dela, é da Assembleia de Deus, é Deus é Amor, então assim o nosso maior público é gente de outras denominações.” (Entrevista com Sidnéia, maio de 2018)

Os pais de Lucirene, 40-45 anos, não eram assíduos católicos praticantes antes de ela começar a participar das reuniões nos grupos de

oração da Renovação Carismática Católica, há 23 anos. Em outros momentos ao longo desses anos coordenara os grupos da RCC na cidade de Catalão (atualmente há 15 desses grupos). Lucirene no momento da entrevista apenas participava do grupo de oração da Igreja Matriz. Sua inserção no mercado de trabalho se deu no comércio de construção e ferragens, mas o crescimento do “movimento” juntou-se à busca de criar um negócio próprio.

“Aí eu tinha desejo de ter uma coisa própria, né, aí depois que eu saí dessa loja eu comecei a pensar o que eu poderia abrir pra mim, e assim aquilo que eu mais gostava era daquilo da minha religião, do movimento que eu estava participando. O movimento cresceu muito, aí cresceu muito a linha de livraria do movimento, as miudezas, roupas. Aqui em Catalão não tinha nenhuma loja nessa área. Aí eu abri a minha loja há dezesseis anos.” (Entrevista com Lucirene, maio de 2018)

Essa loja se chama *Porta do Céu* e comercializa objetos devocionais (rosários, imagens católicas), impressos (bíblias, livros), audiovisuais (CDs e DVDs) e camisetas. Entre os impressos, as diversas traduções e formatos da Bíblia são as que mais vendem. Tanto entre os impressos quanto nos audiovisuais, tem ganhado espaço justamente a marca católica mais identificada com as práticas carismáticas, *Canção Nova*, uma comunidade com sede em Cachoeira Paulista (SP, para mais detalhes sobre Canção Nova ver Silveira, 2014; Oliveira, 2014) com produção de mídia e de bens com marcação religiosa, tanto audiovisual quanto devocional.

Entre os audiovisuais, Lucirene identificou uma transformação advinda das novas tecnologias, especialmente pela disposição de música e de vídeos pela Internet. Dito câmbio estaria dificultando a venda de CDs e DVDs, ainda que as pessoas ainda prefiram ter os meios físicos em certos casos (especialmente quando presenteiam a outras). Entre as camisetas, destacam-se as produzidas por uma indústria de Goiânia chamada *Ágape*, que segue uma linha de estilização de camisetas semelhante a que encontramos nas indústrias evangélicas no mesmo ramo.

Lucirene identificou uma retração geral nas vendas nos últimos dois anos por conta de diversas questões, entre elas a recessão econômica e o avanço dos evangélicos, mas ambos os fenômenos pareciam ter se estabilizado quando da entrevista. Naquele momento, não havia planos de ampliar o negócio.

Entrevistamos Patrícia em 2018 em sua casa. Ela definiu seu estado na religião umbandista como “mãe no santo”, sacerdotisa do terreiro “Tenda Vó Maria Conga e Caboclo Sete Flechas”, no bairro Santa Cruz, em Catalão. Patrícia também era dona da loja “Patacorí Ogum”, que vende objetos devocionais relacionados à umbanda, e artigos esotéricos relacionados a diversos sistemas de crenças. Este foi o único caso em que a figura da líder religiosa e a da comerciante de artigos religiosos fundia-se na mesma pessoa, e isso tinha uma série de consequências. Patrícia tinha ensino superior completo e compartilhava a vida com um companheiro, Jadilson, que trabalhava como soldador, atuava no terreiro e na loja. Quando em ausências necessárias de Patrícia na loja, Jadilson mantinha-a aberta atendendo ao público.

Perguntada sobre a origem da loja e a relação com sua identidade religiosa, Patrícia ponderou da seguinte maneira:

“A loja era um sonho meu, que antes de eu ter o meu terreiro eu havia tentado umas duas vezes, quando foi a terceira que eu já estava com o terreiro, eu abri ela. Eu passei uns 10 anos como técnica de segurança em obra, então eu não conseguia mais conciliar o meu tempo de trabalho com o terreiro, que eu saía de madrugada e eu voltava... Foi uma fase muito complicada.... porque é terreiro, casa e loja, e trabalho no caso. Então como é uma coisa que eu tenho conhecimento do que é praticado, do que precisa pra religião ser praticada... É uma coisa que eu sei fazer. Tipo, vamos montar uma lojinha de roupa, um supermercado... não. Uma lojinha de roupa não seria o bacana. (...) Então a minha vontade de abrir a loja porque eu sempre gostei de coisas esotéricas, místicas e a minha loja não é só voltada ao afro, tem vários segmentos esotéricos. Tem cristais, wicca, tem um leque. Eu não queria ficar só naquele segmento, eu quis abranger outras áreas, que eu também gosto muito. E quando eu abri o terreiro eu fiquei pensando, “poxa, a pessoa que tem um terreiro abre uma loja assim e vai dar muito o que falar, ah vai aproveitar que tem um terreiro e abrir loja”. (Entrevista com Patrícia e Jadilson, maio de 2018, grifo do autor)

Sem experiência anterior no ramo comercial, mas com conhecimento da umbanda suficiente para prestar assessoria às pessoas no processo da compra, Patrícia foi ganhando terreno ao longo de dois anos. A compreensão

dos atores frente à loja enuncia-se em duas linhas de conflito. Uma delas diz respeito à concorrência no meio religioso afrobrasileiro: segundo o casal, cientes da conexão entre loja e terreiro, pais e mães de santo que atuam na cidade recomendam comprar os artigos em outro lugar. Outro conflito apresenta-se entre a gratuidade do trabalho religioso e o interesse do ganho econômico, expresso pelo verbo *aproveitar* no excerto de entrevista acima disposto, e explicitado ainda mais no desenrolar da entrevista. A intenção de Patrícia era a de vender o ponto, dados os conflitos entre a imagem da mãe-no-santo e a de dona de loja de artigos religiosos. Essa possibilidade se via vedada pela necessidade econômica da família no momento da entrevista.

Como já dito, a loja dispõe de artigos não só referentes à umbanda, mas também a uma gama de outras referências, especialmente orientais. Os períodos economicamente melhores para a loja estão relacionados às festas nos terreiros. Por ser uma loja identificada com essa tradição religiosa, alguns itens são indispensáveis, mesmo que não tenham saída.

Jadilson: *“o que está voltado a uma pratica umbandista ou candomblecista, isso com certeza vai sair mais. Por exemplo, dentro do conceito do candomblé, vão usar pombas, vão usar alguns tipos de pós que tem que ter na loja, não vou dizer que é o carro-chefe, mas tem que ter! Favas, favas africanas, tem que ter. Alguns elementos que são de uso ritualístico que saem de forma esporádica, de forma lenta, mas sempre vende, e se eu não tiver é ruim pra loja, vão comentar “mas lá não tem, não é possível, uma loja de artigo religioso”.*

O candomblé tem que ter obi na loja dele, tem fava de exu, fava de pomba-gira, e cada fava representa aquele orixá. (...) Então tem dia que já entra mais, tem dias que vende mais favas, tem dia que não vende fava nenhuma.”

Patrícia: “e a gente tem mercadoria de dentro da loja que é de quando eu abri a loja ...“nos-sa, vai lá na Patrícia, que ela tem de tudo lá, não precisa mais ir em outra cidade”, pra Uberlândia, comprar aquilo que a gente não achava em Catalão.” (Entrevista com Patrícia e Jadilson, maio de 2018)

Os itens comercializados mencionados fazem parte de um complexo sistema de categorias que enfeixam orixás, roupas, cores, comidas, pedras, favas e ervas. Há diversas tradições afro-brasileiras (Candomblé, Batuque, Tambor de Mina), e ainda dentro delas variações locais e regionais que comportam diferentes conexões simbólicas e interpretações acerca dos elementos rituais. Ainda que por vezes haja o esforço necessário, por parte de antropólogos, de sistematizar essa forma de conhecer e publicizar o respeito a ela, nenhuma dessas sínteses supera a necessidade de etnografar a vida ritual prática do terreiro (5). Isso porque nesses centros de devoção e o conhecimento e a prática ritual *inventam a cultura*, no sentido forte da palavra dado por Roy Wagner (2010). Assim, esses elementos são vendidos como *objetos devocionais*, para uso ritual dentro de contextos públicos ou privados.

Os pais de Gustavo, hoje com 20-25 anos, não eram espíritas, porém uma tia o levou até a Escola Allan Kardec, vinculada ao Centro Espírita Irmão Áureo, em Catalão. A participação nas atividades da escola levou à decisão de Gustavo

pelo espiritismo kardecista.

“Eu descobri o espiritismo por uma tia que já frequentava. Ela frequentava até quando fundou a escola, isso a vinte anos atrás, não, 1995 ou 2000 por aí que a escola foi fundada. Primeiro já existia o centro, depois próximo projeto era a escola, então através disso eu fui a segunda turma da escola. Por essa tia que já era espírita, me trouxe, e aí peguei gosto, peguei gosto tanto é que eu concluí o ensino fundamental aqui, então assim eu passei bastante tempo. Praticamente quinze anos da minha vida aqui, envolvido com os assuntos do centro e da escola. (...) Continuo, até hoje, pois eu sai só pra fazer o Ensino Médio, quando eu entrei na faculdade eu voltei de novo pra trabalhar na livraria.” (Entrevista com Gustavo, maio de 2018)

De volta, Gustavo passou a tomar conta da livraria do centro espírita, ao mesmo tempo em que cursava fisioterapia numa faculdade particular. De fato, o que a princípio parece ser uma livraria no interior de uma escola revela mais quando se aprofunda no tema. A livraria do Centro Espírita Irmão Áureo atua uma distribuidora de livros espíritas kardecistas de referência na cidade e produz seus próprios manuais de formação. Há anos existe uma parceria entre o centro e a Editora Auta de Souza, de Brasília, que não só imprime o material do Centro como o avalia sob o ponto de vista editorial:

“Pra ficar padrão pra todos, tem-se um cronograma, como se diz, a editora ela pega muito firme nessa questão da disciplina, da metodo-

logia, de que você tem durante o semestre as aulas tudo escritas para você estudar. Então os capítulos já são todos divididos, então é você pegar e se dedicar. O material está pronto.” (Entrevista com Gustavo, maio de 2018)

O material produzido cobre desde o berçário até o ensino do espiritismo a adultos. Com os jovens e adultos, através do estudo, é visível a preocupação em direcionar o sujeito a um dos “institutos” (de divulgação, de esclarecimento, de assistência, por exemplo) que segmentam o trabalho religioso do centro. No papel de distribuidora de livros, a livraria cobre o segmento espírita kardecista, com destaque para os livros doutrinários e os romances. Em ambas, dá-se preferência pela venda de material impresso julgado como coerente com as linhas mais centralizadas com o kardecismo, com especial referência a Federação Espírita Brasileira (FEB). Na prática, o que se observa é que há uma curadoria do centro espírita (CE) acerca dos livros que se pode vender na loja, que passa pela discussão dos méritos de certos autores, num cruzamento indissociável dos pontos de vista religioso e mercadológico. Isso significa, nas lojas espíritas kardecistas, que livros de autores e autoras que se dizem ou são reconhecidos pelo público como espíritas podem não figurar nas prateleiras. São reconhecidos como autores e autoras “polêmicos”, e damos a seguir dois exemplos e motivos pelos quais são considerados assim. Robson Pinheiro, médium e escritor da cidade de Belo Horizonte (MG), escreve romances que caberiam no rótulo “romance espírita”, mas que são recusados por espíritas mais tradicionais por misturarem-se neles referências umbandistas e kardecistas, junto a um apelo comercial notável

(6) que faz com que esses livros circulem bem em livrarias não-espíritas. Outro exemplo de livro que não se encontra geralmente nas livrarias mais alinhadas à FEB é Zíbia Gasparetto se tornou uma das referências de romance espírita no Brasil. O sucesso comercial de Zíbia veio especialmente da influência do *folhetim*, que inclusive é formato de sucesso popular das novelas televisivas brasileiras.

Falando do mercado editorial espírita no Século XX, Lewgoy considera que: “É importante aqui assinalar a emergência de um novo formato editorial, associando-se a uma popularização da linguagem adotada nos livros espíritas. Este fenômeno surge com a dimensão da popularização da literatura e da linguagem de Chico Xavier a partir dos anos 60 (...). A partir de então, particularmente nos anos 80, observa-se a disseminação do espiritismo rumo a um público de camadas médias, muitos dos quais nem sequer cultivavam o hábito da leitura. Esse movimento, que se entrelaça com a redefinição das grandes linhas do mercado do livro no Brasil, foi acompanhado de uma adaptação da linguagem e do formato dos livros. Surgem editoras como a Petit que, trabalhando com uma linguagem bem mais despojada e ágil em relação ao padrão mais castiço da FEB, enquadraram-se na meta de atingir o leitor não-espírita e medianamente letrado. Se em período anterior o romance espírita conjugava as dimensões da instrução e do consolo, a partir dos anos 80, eles passam a considerar a dimensão do entretenimento como legítima em sua proposta literária.” (Lewgoy, 2000: 123-124, grifos do autor da tese)

Não é raro ouvir ou ler reservas ou acusações vindas de pessoas com um ponto de vista mais

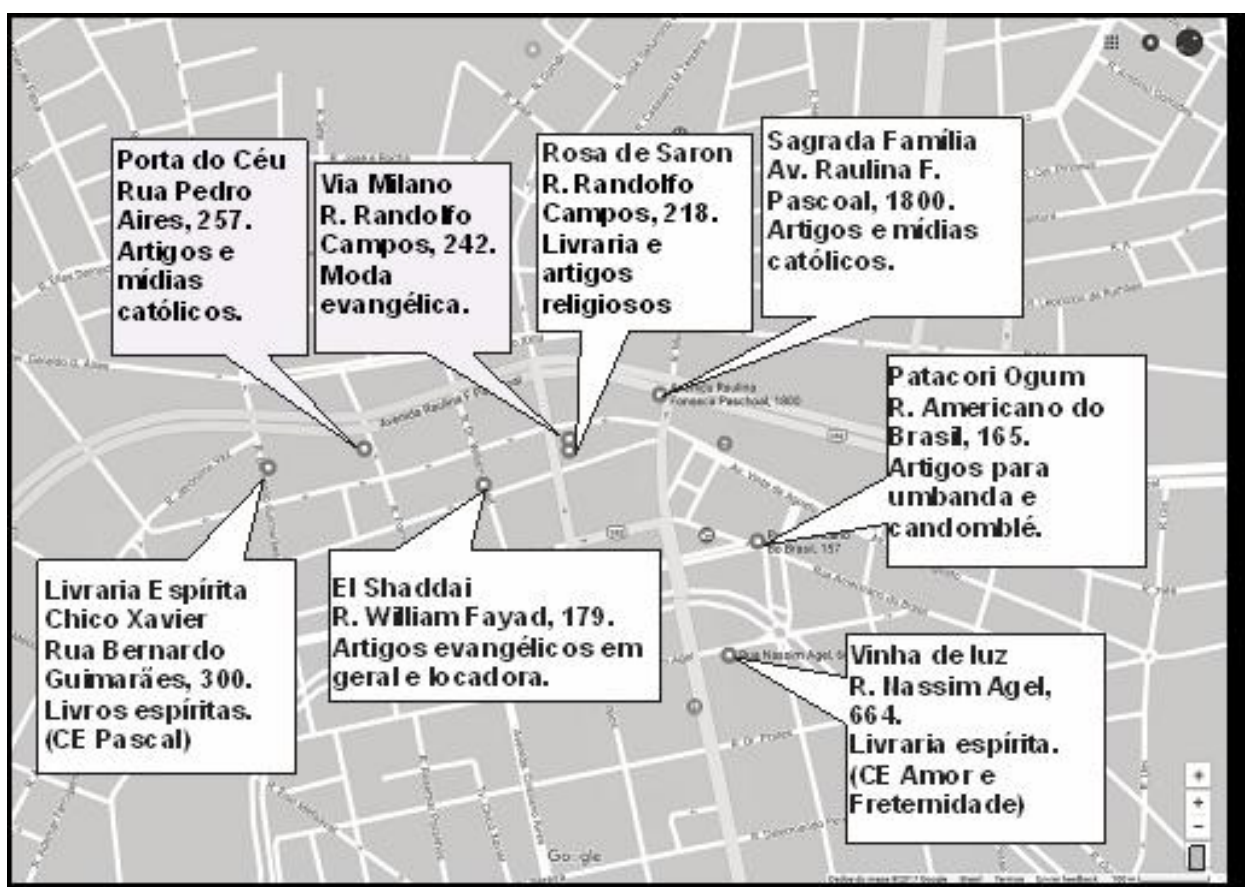
ortodoxo direcionadas a esses autores que vendem bem entre leitores não-espíritas. Outra vez, o julgamento sobre as obras funde-se com o julgamento das pessoas, expressa por vezes na avaliação de que alguém “*se vendeu*”, perdendo ou recusando uma pureza reconhecida pelo que julga como necessária. Assim, cruza-se o valor religioso com a aceitação no mercado editorial, como se houvesse uma relação inversa entre esses fatores. Importante destacar que essa mesma dinâmica exclusiva vale para outros meios da cultura, como a arte e a política. Assim, passamos, através dos sujeitos envolvi-

dos nessas lojas, suas trajetórias e seus dilemas, por um conjunto diversificado de expressões religiosas de Catalão. Seguiremos adiante tomando um ponto de vista mais geral e temático acerca dessas lojas.

Distribuição e características das lojas de artigos com marcação religiosa em Catalão (GO)

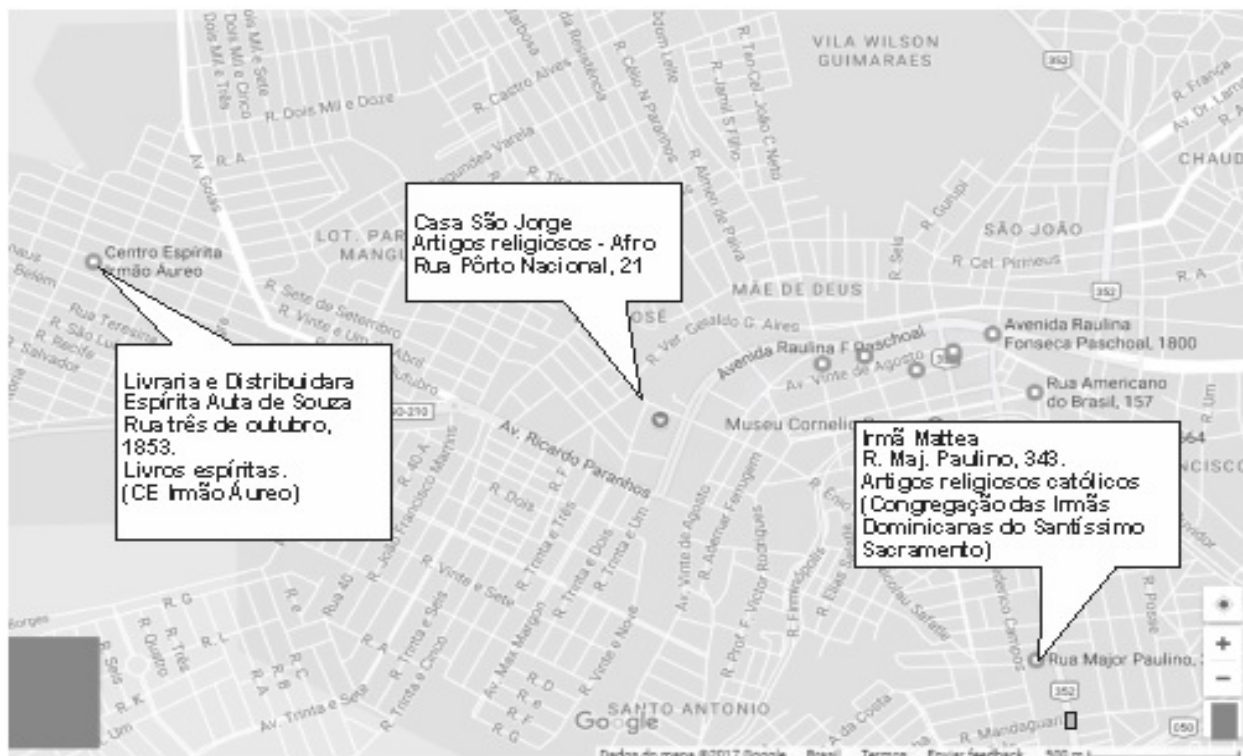
Se tomarmos a distribuição geográfica das lojas de artigos religiosos no início do ano de 2018, teremos as duas imagens que seguem:

Fig. 2 - Distribuição e características das lojas de artigos religiosos no centro de Catalão (GO), 2018



Fonte: Google Maps, com edição final do autor. De acordo com as diretrizes de uso aceitável da empresa para relatórios impressos (<https://www.google.com/intl/pt-BR/permissions/geoguidelines.html>).

Fig. 3 - Distribuição e características das lojas de artigos religiosos fora da área central de Catalão



Fonte: Google Maps, com edição final do autor. De acordo com as diretrizes de uso aceitável da empresa para relatórios impressos (<https://www.google.com/intl/pt-BR/permissions/geoguidelines.html>).

a) **Vinculação religiosa dos(as) proprietários(as) ou encarregados(as) de lojas**

Em nenhum caso encontrou-se uma situação na qual alguém se identificava em termos de sua religião pessoal e era responsável por uma loja destinada a outra religião. Essa lógica, nos casos em que estudamos, estende-se aos produtos à venda, todos correspondentes às grandes divisões religiosas no campo, com referências a editoras e gravadoras bem marcadas.

Contudo, a hiperlocalização das vendas a determinadas frações dentro dessas religiões pode ser fatal para o negócio. Examina-se que a adaptação ao mercado passa por abrir as opções ao máximo dentro da expressão religiosa em questão. Assim, encontramos numa livraria

evangélica de corte pentecostal tradução bíblica ou música evangélica “tradicional”, mas com certo nível de reconhecimento do público esperado. Livrarias espíritas kardecistas podem vender romances de clara inspiração umbandista, como os do psicógrafo Robson Pinheiro, já mencionado. Nas seções de música das lojas católicas, encontram-se desde os cantores mais antigos (Padre Zezinho, por exemplo) até os padres cantores e as bandas católicas de rock contemporâneas como “Rosa de Saron” ou “Anjos de Resgate”. O mesmo pode-se dizer da venda de música nas livrarias evangélicas, nas quais se pode encontrar à venda referências mais antigas e mais contemporâneas da música *gospel*.

Tal vinculação do(a) proprietário(a) ou encarre-

gado(a) com a expressão religiosa que codifica os produtos à venda traz uma outra questão: a da densidade de sentido religioso que o negócio proporciona. Essa densidade parece estar ligada ao nível de risco assumido no negócio, mas não é necessariamente proporcional a ele. No discurso sobre o negócio, especialmente nos meios cristãos, pode-se envolver o nível de risco financeiro como um elemento de *prova divina*, uma *missão*. Do ponto de vista discursivo e qualitativo, forma-se um encaixe tenso entre a gestão racional do negócio e a missão de divulgar a mensagem religiosa, uma situação bastante interessante para pensar como atores sociais concretos conectam os *mundos separados* (Zelizer, 2005) do dinheiro e da pessoalidade.

Não é raro encontrar casos em que a decisão pela loja acompanha uma intensificação do sentimento de identidade religiosa. As lojas de donas católicas carismáticas ilustram bem este ponto, assim como a entrevista de Sidnéia, quando ela lembra que o pastor de sua igreja colocou a loja como “uma missão”.

b) Vinculação das lojas com instituições religiosas organizadas

Por vezes, essas lojas de artigos com marcação religiosa existem para que o seu lucro sustente as atividades de uma instituição religiosa. Seria o equivalente das “lojinhas” dentro dos templos religiosos, com a diferença de que são estabelecimentos que funcionam em horário comercial. Representam esse caso, em Catalão, todas as livrarias espíritas, porque todas elas estão vinculadas a um centro espírita. Nesse caso, encaixa-se também a loja “Irmã Mattea”, católica romana, vinculada a

uma ordem religiosa. Nesses casos, as pessoas vinculadas à venda de livros e imagens religiosas são encarregadas pelos dirigentes da instituição, e isso tem uma implicação para sua parcela menor de decisão sobre as mercadorias que vendem, as estratégias de venda e, especialmente, o direcionamento dos lucros, se comparado com as lojas que não tem essa vinculação institucional direta. Por outro lado, a viabilidade econômica desse tipo de estabelecimento comercial apresenta, para a pessoa encarregada, uma questão que lhe apresenta menos risco financeiro, dado que o capital envolvido no empreendimento não é do sujeito, e sim da instituição. Essa pessoa encarregada, no mais, identifica-se com a religião, que também a assalaria. Ocasionalmente, os prejuízos da loja podem ser cobertos durante algum tempo com recursos da instituição, ainda que para essa tática haja um limite.

Nas lojas de artigos religiosos em Catalão em que não há vinculação institucional, os obstáculos para o negócio são todos aqueles concernentes a uma microempresa no Brasil: burocracia, carga tributária, manutenção de capital de giro e dificuldade de acesso ao crédito. Um último ponto de impasse é facilitado pela própria natureza do negócio: a identificação do público-alvo, ou “quem é o(a) cliente”. A pertença religiosa a qual se vincula a loja e sua dona ou dono permite uma definição primária do público-alvo, muito embora segmentos de bens diferentes (livros, música, roupa, artigos devocionais) atraiam compradores de diferentes idades, sexos e graus de escolaridade.

Há uma última questão bastante importante no concernente ao negócio, válida para lojas de artigos e mídias religiosos com ou sem

vinculação institucional: a manutenção dos estoques. Catalão localiza-se a meio caminho de muitos pontos de produção e distribuição desses produtos, e não identificamos nenhuma indústria desse segmento na cidade. Ou seja: tudo tem de ser comprado de cidades como Goiânia (GO), Uberlândia (MG) e São Paulo (SP), seja diretamente viajando até estas cidades ou fazendo pedidos via correio (os pedidos de livros eram realizados por remessas postais, no caso de algumas livrarias).

c) A mudança no mercado de venda de música e de vídeo

A oferta de música e vídeo digital pela Internet e no mercado informal tem mudado significativamente as possibilidades das lojas de artigos religiosos. Por mais que numerosos *sites* evangélicos exortem à compra de material original e denunciem o “pecado” da pirataria (7), houve certamente um decréscimo nas vendas de CDs e DVDs originais.

A transição pode ser entendida pelas mudanças no mercado global de música. Consulta-se em recente relatório da *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI, 2017) que no ano de 2016 o mercado de música global cresceu 5,9% se comparado ao ano anterior, puxado pelo crescimento de receita de 60,4% do consumo em formato *streaming*. Observa-se, ainda, o decréscimo de receita de 7,6% na venda de mídia física e de 20,5% em downloads. Ainda assim, o decréscimo de receita na indústria fonográfica chega a cerca de 40% entre os anos de 1999 e 2017. O setor, assim, vem traçando uma recuperação bastante lenta, baseada em *streaming*. Com isso, as publicações e as camisetas vieram para o primeiro plano nas

lojas de artigos religiosos evangélicos. As lojas católicas parecem ter sofrido menos com essa mudança no suporte da venda de música, por conta da preeminência da venda dos objetos devocionais (imagens de santos, rosários, etc). Assim como na venda convencional de música, o investimento na produção de *shows* tem se apresentado como a saída possível para os artistas do meio gospel e católico. Em Catalão, os dois últimos espetáculos no campo da música evangélica foram os da banda *Diante do Trono*, em agosto de 2014, e a do cantor Fernandinho, em novembro de 2017. Eventos como esse oferecem uma oportunidade para a análise das redes que se articulam para a vinda do(a) artista convidado(a), e demonstram a associação da música religiosa com a dimensão do entretenimento e do lazer, em suas segmentações pelas possibilidades financeiras dos sujeitos.

As canções de ambas as atrações acima mencionadas (*Diante do Trono* e Fernandinho) cruzavam referências do pop e do rock numa linguagem de apresentação que transitava com desenvoltura entre o espetáculo multimídia e o culto evangélico. Os entrecruzamentos dessas linguagens fazem parte da própria história desses estilos, fundidos no que alguns tem denominado “Música Contemporânea Cristã”. Howard e Streck consideram o entretencimento da história do *rock* e do *gospel*: “Enquanto o desenvolvimento da MCC é frequentemente discutido como uma progressão linear simples – primeiro existiu música de igreja, então existiu o rock, e depois música da igreja e rock combinados para formar a MCC – o fato da questão é que estes “fluxos” torcem-se, voltam, mesclam-se, separam-se, vão para o underground, mudam de nomes e mesclam-se

novamente. Metaforicamente falando, então, a história da MCC não é uma história de fusão de vertentes, mas de fios tecidos. Quando a MCC nasceu, a música de igreja e o rock and roll não cessaram de existir, mas continuaram em seus próprios caminhos evolucionários. Estes caminhos continuam a se cruzar na música cristã contemporânea, com inovações no rock and roll sendo absorvidas diretamente em MCC e inovações em MCC alterando a paisagem da música da igreja. Escrever a história da MCC é, pelo menos em certa medida, escrever as histórias do rock and roll e da música de igreja também” (Howard; Streck, 1999: 26, tradução livre do inglês minha).

O interesse na música, tanto nos seus aspectos rituais e/ou de consumo, continua sendo uma tônica nos grupos religiosos, mas o cenário foi bastante mudado pelas plataformas digitais. Nesse contexto específico, assim como no contexto geral do mercado musical, a venda de espetáculos e o cumprimento de agendas de shows nas capitais e cidades interioranas tornaram-se o meio mais relevante de retorno financeiro para os artistas.

d) **Imagens católicas: questões de matéria e de origem**

Recorrendo livremente a uma conhecida reflexão sobre a emoção estética como contingência (Lévi-Strauss, 1997), analisamos que se passa algo diferente nas imagens católicas, se comparado com as camisetas. Se a eficácia da mídia estampada reside na *finalidade* de transmitir uma mensagem, a da imagem católica reside na sua aproximação com *modelos* informados pela tradição. O imaginário popular católico reconhece um conjunto de figuras

como sendo correspondentes às entidades de devoção (Jesus, o Divino Pai Eterno, as diversas Nossas Senhoras, São Benedito, São Francisco, São Jorge, etc). Pela devoção, imagens e santos fundem-se, de maneira que aquilo que se faz à imagem repercute na relação pessoal do fiel com seu santo.

As imagens vendidas são classificadas pelas lojistas que entrevistamos por critérios de matéria e origem. Justamente por conta da relação modelo entre devoto, imagem e santo no catolicismo popular, a questão da *durabilidade* é vista como critério chave de variabilidade de preço. As imagens de resina, apesar de mais caras, eram sempre preferidas para a venda em detrimento às de gesso, muito frágeis e de menor acabamento.

Quando se falava em imagens de gesso com lojistas, inferia-se que estávamos falando da produção *nacional* de imagens. As imagens de resina são sempre *de fora*. As mais conhecidas e valorizadas no mercado local são as imagens de fabricação italiana, não só pela sua durabilidade material, mas pelo capricho no acabamento e por um certo *élan* oriundo do fato da imagem vir de um país *européu* com uma história intrinsecamente relacionada ao catolicismo. Outra origem das imagens de resina, que teve penetração significativa no mercado nos últimos anos, é chinesa. Essas imagens têm preços mais acessíveis que as italianas, e inclusive podem fazer referência ao *estilo italiano* para serem reconhecidas em sua qualidade.

e) **Sobre a venda de livros**

Nas lojas cristãs, vende-se a *Bíblia*, que tem sempre saída garantida no estoque. Mas, especialmente no campo evangélico, a *Bíblia* se

tornou um segmento à parte. Poderíamos dizer que, se temos uma diversidade de modelos de santo à venda como imagens nas lojas de artigos religiosos católicos, temos uma profusão de modelos de bíblia nas lojas evangélicas.

A acessibilidade das traduções, o formato e a cor definem uma variedade de bíblias destinadas a tal ou qual tipo de público. Em entrevista, Ana Paula, uma jovem da Igreja Quadrangular, explicou quais os motivos que a levariam a comprar tal ou qual versão da Bíblia, na hipótese de ter que comprá-la de presente para alguém jovem recém-convertido: a acessibilidade da tradução (“não pode ser muito complicada”), a cor (“não pode ser escura”) e o formato (“não pode ter zíper”). Nesse caso, tudo leva à necessidade de tornar a mensagem fácil, e distanciar o livro da imagem do “crente” convencional, tema diversas vezes reiterado na conversa com Ana Paula.

No campo evangélico, as indicações de livros são dadas pelo aconselhamento de pastores aos seus fiéis. Dentre os segmentos mais vendidos, sempre se encontram os livros de “vivência familiar”, “casamento cristão” ou “família cristã”. Quando perguntada sobre a questão do estilo *autoajuda* nos livros evangélicos, Sidnéia afirmou que a linguagem da autoajuda serve como uma aproximação da religião, como parte do repertório de soluções para problemas imediatos. E entre os problemas mais imediatos que repercutem na compra de livros, despontam aqueles relacionados às questões da vida íntima no núcleo familiar.

Em Catalão não há feiras públicas de livros, mas algumas vezes ao ano são organizadas feiras do livro espírita no centro da cidade. Como o mercado de livros do espiritismo é bem se-

parado do cristão, buscou-se essa estratégia de estender o interesse no consumo dos livros, já considerável pela inculcação da leitura dentro dos grupos de estudo nos centros espíritas, para esses eventos periódicos e públicos. Assim, ao mesmo tempo em que se contribui para a manutenção dos centros, pessoas podem se aproximar da doutrina (isto é, dos livros) sem que seja necessário entrar num centro espírita. O espiritismo enquanto expressão religiosa fez surgir um gênero literário. Os romances espíritas psicografados pretendem-se colocar num liame entre ciência, religião e literatura. De fato, espíritas afirmam-se uma espécie de vanguarda, pois reconhecem ligações entre o conhecimento científico e a realidade espiritual que *ainda* não são consideradas como válidas, mas um dia serão validadas pelo progresso da ciência.

Apesar da vinculação entre a umbanda e o espiritismo pelo que poderíamos chamar de *campo mediúnico*, a demanda por leitura na umbanda parece ser bem diferente da kardecista. Patrícia mencionou, em entrevista, as dificuldades para aproximar a umbanda pela leitura, para além da expectativa de resolução pragmática de problemas por parte dos que vêm ao centro:

“Às vezes o autor ele tem a própria casa dele e a casa dele tem aquele segmento. Porque a umbanda ela não é codificada, tem vários tipos de segmentos na umbanda, vários tipos de umbanda. Aí aquele autor, ele tem a casa dele, ele vai lá e escreve exatamente aquele livro, mas ele vai escrever de acordo com o que ele toca a casa dele e aquele livro não vai servir pra outra pessoa porque é o segmento que ele toca e pra outra umbanda não vai servir. Porque

existem fundamentações que não se muda, mas há segmentos, e as fundamentações vão ser praticadas de acordo com a regência de cada casa. Por exemplo, o terreiro aqui nosso, eu sou filha de Ogum com Oiá, ou Iansã, então há fundamentações relacionadas a esse regente da casa. Outro terreiro seria Oxóssi com Oxum, aí é outra fundamentação, então os livros hoje são escritos baseados nisso.” (Entrevista com Patrícia e Jadilson, maio de 2018)

Aqui há que se considerar, especialmente, a tradição da transmissão oral na umbanda, baseado na relação entre mãe ou pai no santo e filho ou filha no santo. Uma segunda questão diz respeito aos hábitos de leitura, especialmente àqueles relacionados a textos especializados ou herméticos. Como o campo esotérico na cidade revelava-se naquele momento bastante restrito, o interesse no aprofundamento dos aspectos simbólicos e suas interrelações era igualmente limitado.

Considerações finais

Em síntese, pudemos examinar, nas entrevistas, observações de campo e em diálogo com levantamento bibliográfico, os seguintes aspectos.

1) As lojas de artigos religiosos acabam tendo formas de organização diferentes, dependendo da existência de associação direta delas com instituições religiosas. Os estabelecimentos comerciais vinculados diretamente a igrejas ou aos centros espíritas retêm os lucros diretamente para as obras e atividades dessas instituições, enquanto que aqueles que não são vinculados a instituições dependem da livre iniciativa e são

gerenciadas como microempresas.

2) O sentido do trabalho desempenhado pelos(as) donos(as) de lojas e indústrias de artigos religiosos depende do encontro conscientemente elaborado pelos sujeitos entre uma pragmática de mercado e a lógica simbólica do pertencimento religioso. Os proprietários que administram lojas ou indústrias enlaçam o significado de sua participação no mercado ao seu pertencimento religioso, por vezes numa chave de entendimento missionária. Contudo, o entendimento do mercado e de suas regras impede que as lojas “de rua” sejam focadas apenas num adepto de uma organização religiosa específica.

3) A dinâmica do consumo de música (áudio e vídeo) foi profundamente afetada pela disponibilização de material online e pela popularização da internet. Isso está remodelando o mercado de artigos religiosos: em alguns casos, áudio e vídeo perdem espaço para os livros, para as camisetas e as imagens religiosas (estes últimos no caso do catolicismo).

4) Estimula-se o impulso ao consumo religioso nas instituições religiosas de vínculo do sujeito. Livros, músicas, shows, gravações de prédicas e objetos de culto são recomendados continuamente por pastores, padres e líderes dos centros espíritas kardecistas e de umbanda. Tais indicações vão criando para o sujeito um mapa de referências no segmento de mercado, ao mesmo tempo em que o vincula a um campo comunicativo nas relações face-a-face nas instituições religiosas, no qual ele pode concordar ou discordar, em todo ou em parte, de tal ou qual atitude ou abordagem de um(a) musicista ou líder.

Uma das partes das entrevistas que se revelaram

mais densas, do ponto de vista qualitativo, era aquela na qual a pessoa era instada a fazer a ligação entre sua trajetória pessoal e seu trabalho como comerciante de artigos religiosos. O motivo disso parece claro: as pessoas que comercializam artigos religiosos disseram crer nas concepções da manifestação religiosa de referência da loja e pertencer a uma instituição religiosa também correspondente, como praticante. Em um caso estudado, inclusive, a líder religiosa é também a comerciante dos artigos. O fato de que essa generalização pode ser feita nos dados leva a algumas considerações importantes. Primeiramente, do ponto de vista subjetivo, a prática comercial não implica na existência de uma dissociação definitiva entre quem vende e quem compra. Aliás, o que ocorre é o contrário: a questão em torno à identidade pessoal do/da comerciante, no que tange a sua religião, oferece credibilidade à loja sob a ótica do/da consumidor(a), ainda que isso tenha um certo limite. Aqui nós entramos num terreno em que o consumo se atrela a uma identidade comum entre consumidor e vendedor.

Nas entrevistas, percebeu-se por vezes que o envolvimento com a venda de bens de consumo com marcação religiosa projeta-se na trajetória individual como aprofundamento espiritual do sujeito na religião de referência da loja (Patrícia, Sidnéia, Lucirene). Pode haver ou não experiência no ramo comercial antes da iniciativa de abrir a loja. Por vezes, essa identidade leva a uma contiguidade entre o espaço da loja e o da comunidade religiosa, ou mesmo o centro de culto (Sidnéia, Lucirene).

Seja no caso de pessoas que herdaram a religião dos pais ou não, relata-se que o consumo de música, de livros e objetos devocionais foi impor-

tante para a construção da identidade religiosa. De certa maneira, o conjunto de bens com marcação religiosa oferecido no mercado oferece sistemas de diferenciação internos diante dos quais as pessoas incorporam e constroem seus gostos. As classificações estão por toda a parte: na música gospel (“corinhos”, “hinos”, “bandas”, “cantoras” e “cantores”), na música católica (“cantores antigos”, “padres cantores”, “bandas”, etc.), nos livros evangélicos (“família”, “vida cristã”, “finanças”, “batalha espiritual”, “teologia”, “infantis”, “autoajuda”, etc.) e nos livros espíritas (“doutrina”, “romance espírita”, etc.). Interagir com essas categorias e compartilhar opiniões sobre suas pertinências e seus valores com uma comunidade de leitores e ouvintes fieis apresentam-se fundamentais para a construção subjetiva da pertença religiosa na contemporaneidade.

A pertença institucional do sujeito, assim como critérios de classe associados ao capital cultural e econômico, conformam a questão do gosto individual. Porém, em determinados momentos, esse gosto é mobilizado no sentido de encontrar uma opção de consumo para outrem, na forma de presente. Datas padronizadas de oferecimento de presentes disparam a mobilização para o consumo (aniversários, dia das mães, dos pais, dos namorados, cultos especiais, festas de santos, natal, páscoa, etc.). O compartilhamento da referência da religião faz interagir o mercado dos bens mediado por dinheiro com os circuitos da intimidade pela troca de presentes.

Enfim, cumpre salientar que encontramos nas bases teóricas providas pela literatura especializada chaves de compreensão dos dados nas entrevistas. Apresentam-se, por todos os lados,

as marcas da competição entre religiões, e também dentro das próprias expressões religiosas específicas, e suas buscas por credibilidade junto aos leigos. O crédito da loja, aliás, depende substancialmente do reconhecimento tácito da consistência da pertença religiosa do lojista. As divisões entre as religiões segmentam significativamente a produção e a distribuição dos artigos e mídias com marcação religiosa e os objetos devocionais.

A interação com os bens e as mídias, e os usos a eles associados, figuram como fundamentais para a identificação do sujeito enquanto alguém que tem uma religião. Isso porque, diante do fluxo de imagens e informações que atravessam os sujeitos cotidianamente, centros de culto e movimentos organizados das religiões atuam como pontos de emergência de espaços-fluxo gramaticais, onde “é importante ensinar a doutrina, socializar os membros na visão de mundo do movimento. Nele, a doxa e o dogma são constituídos como tal, a partir da tensão entre o ‘conteúdo’ teológico e os ‘conteúdos’ de outras dimensões da vida social” (Silveira, 2014: 16). As lojas refletem a gramática das religiões. Nelas, as porosidades entre as religiões podem ser relativizadas, especialmente no caso de religiões hegemônicas (catolicismo, evangelismo, espiritismo kardecista), todas baseadas numa ideia bastante *moderna* de pertença religiosa. Contudo, para além desses ambientes da loja e do centro de culto, os bens de marcação religiosa circulam, se tornam presentes oferecidos, bens categorizados e/ou referências discutidas face-a-face ou via internet, retornando ao fluxo de imagens e informações generalizado e revelando as porosidades entre os sistemas simbólicos de crença e prática que a produção

de bens e as religiões organizadas esforçam-se em manter separados.

Notas

1. O presente texto resulta de trabalho de campo e entrevistas realizadas entre 2015 e 2018 no contexto de uma pesquisa intitulada “Religião e consumo: análise da circulação e consumo de bens religiosamente marcados na microrregião de Catalão-GO”, com apoio individual de pesquisa do CNPq brasileiro aprovado no Edital Universal 2014. Agradecemos ao CNPq pelo financiamento de bolsas de pesquisa através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG), a Deuza Aparecida da Silva Mariano e a Kaique Matheus Cardoso, ex-discentes do curso de Ciências Sociais na UFG Regional Catalão que em momentos diferentes contribuíram para esta pesquisa como bolsistas.
2. São elas: Anhanguera, Campo Alegre de Goiás, Catalão, Corumbaíba, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Ipameri, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos.
3. Para mais detalhes sobre a história de Barsanulfo, ver Aubré e Laplantine (2009: 181-186).
4. Ver em <http://www.pecadozero.com.br/> e <https://markadapaz.com.br/>, acessos em

- 13 mai 2018.
5. Para ler os clássicos sobre o tema de alimentação ritual em sua contribuição metodológica decisiva às pesquisas sobre religiões afro-brasileiras, ver Bastide 1985, 2001.
6. Ver Casa, 2018.
7. Ver, por exemplo, Carvalho, 2009.
- evolução e atualidade do movimento social espírita entre França e Brasil. Maceió: EdUFAL.
- Bastide, R.
1985 *As Religiões Africanas no Brasil*. São Paulo: Pioneira.
2001 *O Candomblé da Bahia: rito nagô*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Brandão, C. R.
1985 *A festa do santo de preto*. Rio de Janeiro ; Goiânia: Instituto Nacional do Folclore : Ed. da UFGO.
- Brasil. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
2012 *Censo Demográfico 2010*. Tabela 1489 - População residente, por sexo e situação do domicílio, segundo a religião - Brasil. Brasília (DF): IBGE, 2012. Disponível em <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/1489>, acesso em 20 ago 2017.
2018 *Estimativa de população*. Tabela 6579 - População residente estimada (pessoas). Brasília (DF): IBGE, 2012. Disponível em <https://sidra.ibge.gov>.
- Bibliografia**
- Alves, D.
2012 A fragmentação do campo pentecostal e o papel das instituições religiosas. Trabalho apresentado no 1º Congresso Internacional EST, Faculdades EST (Escola Superior de Teologia), São Leopoldo (RS).
- Arcanjo, F.
2003 *O rufar das caixas: sincretismo e identidade negra em Catalão através das congadas*. Universidade Católica de Goiás, Goiânia.
- Aubréé, M. y Laplantine, F.
2009 *A mesa, o livro e os espíritos: Gênese,*

- br/tabela/6579, acesso em 20 jul 2019.
- Calaça, L.A.S.
- 2002 Monografias e historiadores amadores de Catalão: A produção acadêmica refletindo sobre a produção do conhecimento histórico local. In: FREITAS, Eliane Martins de. *Produzindo história, pensando o local: a produção monográfica dos alunos do curso de História – CAC/ UFG (1995-2001)*. Uberlândia: Aspectus/Funape.
- Campos, M.D.
- 1976 *Catalão: Estudo histórico e Geográfico*. 11ª edição. Goiânia: Bandeirante.
- Cândido, A.
- 2001 *Os parceiros do Rio Bonito: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida*. 8. ed. São Paulo: Duas Cidades; Editora 34. (Coleção Duas Cidades)
- Carmo, L. C. y Mendonça, M. R. (comp.)
- 2008 *As Congadas de Catalão-GO: Os sentidos e valores de uma tradição centenária na sociedade brasileira*. Catalão: Universidade Federal de Goiás - Campus Catalão.
- Costa, C. L.
- 2010 *Cultura, religiosidade e comércio na cidade: a festa em louvor a Nossa Senhora do Rosário em Catalão - Goiás*. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Freston, P.
- 1994 Breve história do pentecostalismo brasileiro. In: Antoniazzi, A. et al. (orgs.). *Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo*. Petrópolis-RJ: Vozes. pp. 67-159.
- Gomez, L.P.
- 1994 *História política de Catalão*. Goiânia: UFG. (Coleção Documentos Goianos,

- 26).
- Howard, J.R. y Streck, J.M.
1999 *Apostles of Rock: the splintered world of Contemporary Christian music.* Kentucky: The University Press of Kentucky, 1999.
- IFPI
2017 *Global music report 2017: annual state of the industry.* Zurique: International Federation of the Phonographic Industry. Disponível em: <http://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>, acesso em 19 out 2017.
- Karasch, M.
1992 Catequese e cativoeiro: política indigenista em Goiás, 1780-1889. In: Carneiro da Cunha, M. (org.). *História dos índios no Brasil.* São Paulo: Companhia das Letras. pp. 397-412.
- Katrib, C. M. I.
2009 *Foi assim que me contaram: recriação dos sentidos do sagrado e do profano do Congado na festa em louvor a Nossa Senhora do Rosário (1940-2003).* Tese (Doutorado em História), Programa de Pós-Graduação em História, Universidade de Brasília, Brasília.
- Lévi-Strauss, C.
1997 *O Pensamento Selvagem.* 2. ed. Campinas: Papirus, 1997.
- Lewgoy, B.
2000 *Os espíritos e as letras.* Um estudo antropológico sobre cultura escrita e oralidade no espiritismo kardecista. Tese de doutorado (São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.
- Oliveira, E. M.
2014 Semânticas de ‘Canção Nova’: relações de duplo vínculo e segredo em pesquisas sobre a Comunidade de Vida Canção Nova. In Sofiati, F. M. & Silveira, E. J. S. (orgs.). 2014. *Novas Leituras do Campo Religioso*

- Brasileiro*. São Paulo: Ideias & Letras.
- Paula, M. V.
2010 *Sob o manto azul de Nossa Senhora do Rosário: mulheres e identidade de gênero na congada de Catalão (GO)*. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia.
- Ribeiro de Oliveira, P.
1976 Catolicismo popular e romanização do catolicismo brasileiro. *Revista Eclesiástica Brasileira*, 36(141).
- Rodrigues, A. P. C.
2008 *Corporeidade, cultura e territorialidades negras: a Congada em Catalão - Goiás*. Universidade Federal de Goiás, Goiânia.
- Sanchis, P.
2001 Religiões, religião... Alguns problemas do sincretismo no campo religioso brasileiro. In: *Fiéis e cidadãos: percursos do sincretismo no Brasil*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Silva, R. A.
2012 *A Atualização de Tradições: performances e narrativas afro-brasileiras*. São Paulo: LCTE Editora.
- Silveira, E.J.S.
2014 *Catolicismo, Mídia e Consumo*. São Paulo: Fonte Editorial.
- Wagner, R.
2010 *A invenção da cultura*. São Paulo: Cosac Naify.
- Zelizer, V.
2005 Circuits within capitalism. In: Nee, V. e Swedberg, R. (orgs.). *The economic sociology of capitalism*. Princeton: Princeton University Press. pp. 289-321.

Resumen

Analizamos o mercado de venda de bens com marcação religiosa na cidade de Catalão, estado de Goiás, Brasil. Faz-se uma contextualização da cidade, identificando aspectos demográficos e históricos concernentes à for-

mação do meio religioso. A partir de entrevistas e observação de campo, compreendemos as lojas de artigos religiosos a partir da trajetória de seus responsáveis, observando as tensões entre identidade religiosa e profissionalização do negócio. As lojas de artigos religiosos acabam tendo formas de organização diferentes, dependendo da existência de associação direta delas com instituições religiosas. O sentido do trabalho desempenhado pelas(os) responsáveis de tais empreendimentos depende do encontro conscientemente elaborado pelos sujeitos entre uma pragmática de mercado e a lógica simbólica do pertencimento religioso. As particularidades das religiões esclarecem a compreensão dos atores das potencialidades e limites dos seus empreendimentos. Estudamos as categorias de produtos que podem ser encontrados nessas lojas, e em alguns casos chamamos a atenção para mudanças no campo das práticas de consumo ou de mercado.

Palavras-chave: mercado, artigos religiosos, Catalão (Brasil).

