UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ

INSTITUTO DE HISTÓRIA – IH

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA COMPARADA - PPGHC

Joanice de Souza Vigorito

“Mercadão de Madureira: patrimônio cultural, mercado popular e religioso” (1977-2014)

Rio de Janeiro

2016

Joanice de Souza Vigorito

“Mercadão de Madureira: patrimônio cultural, mercado popular e religioso” (1977-2014)

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Comparada, da Universidade Federal Do Rio de Janeiro – PPGHC / UFRJ, na Linha de Pesquisa Poder e Discurso, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutora em História Comparada.

Orientador:

Prof.ª Dr. José Costa D’Assunção Barros

Rio de Janeiro

2016

CIP - Catalogação na Publicação

V691"

Vigorito, Joanice de Souza
"Mercadão de Madureira: patrimônio cultural, mercado popular e religioso" (1977-2014) / Joanice de Souza Vigorito. -- Rio de Janeiro, 2016.
226 f.

Orientador: José Costa D'Assunção Barros.
Tese (doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de História, Programa de Pós Graduação em História Comparada, 2016.

1. Mercadão de Madureira. 2. Religiões afro brasileiras. 3. Mercado popular e religioso. I. Barros, José Costa D'Assunção, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Joanice de Souza Vigorito

“Mercadão de Madureira: patrimônio cultural, mercado popular e religioso” (1977-2014)

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Comparada, da Universidade Federal Do Rio de Janeiro – PPGHC / UFRJ, na Linha de Pesquisa Poder e Instituições, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutora em História Comparada.

Data da aprovação: _____ de _____ de 2016.

Banca Examinadora

_____

Prof.ª Dr. José Costa D’Assunção Barros – UFRJ / PPGHC (Orientador)

_____

Prof. Dr. José Geraldo da Rocha – UNIGRANRIO/PPGLCH

_____

Prof. Dr. Daniel Wanderson Ferreira – UNIRIO/PPGH

_____

Prof. Dr. André Leonardo Chevitarese – UFRJ/ PPGHC

_____

Prof. Dr. Ivo José de Aquino Coser – UFRJ/PPGHC

Aos meus filhos Raquel, Isabel, Décio
e ao meu afilhado Carlos Eduardo.

Agradecimentos

É muito difícil começar os agradecimentos, pois provavelmente alguém importante ficará esquecido, não por descaso, mas pelo cansaço próprio do final de jornada.

Ao meu orientador José D'Assunção Barros deixo meu muito obrigada pela orientação e por ter me motivado a continuar os estudos desde o Mestrado, época na qual tive a oportunidade de tê-lo como professor.

Agradeço também o PPGHC por me acolher e me dar oportunidade dessa nova conquista. Aos professores do programa Dr. André Leonardo Chevitarese e Dr. Ivo José de Aquino Coser pela presença na banca e pelas suas contribuições, o meu muito obrigada.

Meus sinceros agradecimentos ao professor Dr. José Geraldo Rocha por participar da minha banca de mestrado com uma contribuição inestimável e, pelo aceite na banca de doutorado. Professor, sua experiência e contribuição tem um valor ímpar. Os mesmos agradecimentos ao professor Dr. Daniel Wanderson Ferreira, por participar da minha banca de qualificação e pela sua valorosa contribuição.

Deixo aqui meu agradecimento a professora Gracilda pelas oportunidades acadêmicas.

O meu agradecimento mais que especial ao Sr. Ronaldo Luiz Martins, membro do IHGBI, pesquisador, memorialista e escritor da história da Baixada do Irajá. Obrigada por horas e horas de conversas, nas quais me contou de forma detalhada a história do cotidiano dessa região, proeza que só um bom observador apaixonado pelo seu lugar é capaz de fazer. Obrigada por me acolher junto a sua família e aos pesquisadores da região. Muito obrigada!

Agradeço a atenção e a boa vontade da direção do Mercadão de Madureira, representada por Horácio Afonso e Sheila Reis. Eles me oportunizaram conhecer o Mercadão através das suas colocações e do contato com os lojistas e clientes. Obrigada!

Aproveito para agradecer a todos os comerciantes, funcionários e clientes do Mercadão que se predispuseram a trocar ideias comigo. Um agradecimento especial

ao Sr. Guaracy Coutinho e ao S. Hélio Sillman, idealizadores e organizadores da Festa de Iemanjá do Mercadão.

Meu agradecimento muito especial a Caynara Coelho e a Beatriz Nascimento, umbandistas engajadas na produção da Festa de Iemanjá do Mercadão e na preservação da memória cultural afro-brasileira. Muito obrigada pela parceria!!!!

As demais lideranças religiosas que gentilmente me receberam em suas *Casas* para conversas, o meu muito obrigada. Meus agradecimentos aos *filhos de santo* e aos *babalorixás e ialorixás* que participaram da construção da Festa de Iemanjá e partilharam comigo seus conhecimentos. Um obrigada atencioso a Mãe Mirian de Oyá.

Meu agradecimento muito, muito especial ao meu querido amigo Daniel pela parceria, por me ouvir, por me incentivar, por partilhar seus conhecimentos e principalmente por ser meu amigo.

Renato e Luciano, obrigada pelo incentivo e amizade. Verônica sua amizade e incentivo foram muito importantes.

Grasiele e Márcia com o incentivo de vocês vamos longe!

Lia, Tânia, Adriane, Alexandre e Nadéia fica aqui o meu agradecimento pelo incentivo. Obrigada amigos!

Meu pai, meu querido pai Joaquim, obrigada por acreditar em mim. Meus filhos amados, Raquel, Isabel e Décio, sem vocês nenhum trajeto seria possível, vocês são a minha alegria. Obrigada pela força, por acreditarem e principalmente pelo amor que nos une. Carlos Eduardo, Du, meu querido afilhado e genro, nos últimos 15 anos você se tornou filho querido, obrigada pelo incentivo e carinho!

SANKOFA - “Nunca é tarde para voltar e apanhar o que ficou atrás”. Símbolo da sabedoria de aprender com o passado para construir o futuro. (Símbolo *Adinkra* do povo *Asante* do país de Gana, África).

Resumo

A tese que aqui se apresenta foi discutida a partir da concepção que o Mercadão de Madureira é tanto um Patrimônio Cultural Imaterial Carioca, quanto um mercado popular. No seu cotidiano, ele assume um duplo papel; o de mercado “espaço de consumo” e o de “lugar religioso”. Nas últimas quatro décadas, ele se transformou em referência cultural, religiosa e afetiva de grupos pertencentes as comunidades religiosas de matriz africana do Rio de Janeiro, que o compreendem como “seu lugar”. Como as religiões afro-brasileiras em seus ritos não podem se apartar dos objetos litúrgicos, compreendemos que esse Mercado se constitui em espaço complementar ao *terreiro.* Sendo assim, o Mercadão por abrigar um número significativo de lojas especializadas no atendimento da comunidade religiosa afro-brasileira, por participar do ritual pedagógico do ato de comprar no mercado e pela realização da Festa de Iemanjá, transforma-se em *espaço sagrado* nos momentos rituais em que se põe em contato direto com os *terreiros*. Por fim, ele é um lugar singular para o *povo do santo*, além de contribuir para a manutenção do patrimônio cultural afro-brasileiro.

Palavras-chave: Mercadão. Religião Afro-brasileira. Espaço. Lugar. Sagrado. Festa.

Abstract

The thesis presented hereunder was discussed from the conception that *Mercadão de Madureira Patrimônio Cultural Imaterial Carioca*, as a popular market, takes on a double role day after day: “place for consumption” and “religious location” market. The market became in the last four decades a cultural, religious and affective reference of groups that belong to African matrix religious communities from Rio de Janeiro, which understand themselves as their own place. We infer that once the afro-Brazilian religions in their rites cannot be apart from liturgical objects and have the market as a complementary space to *terreiros. T*herefore, *the* Mercadão for hosting a significant number of specialized stores to attend the afro-Brazilian religious community, for being part of religious rites with the buys at the market and when holding *Festa de Iemanjá*, transform into a *sacred space* when ritual moments in direct contact with *terreiros*. Not to mention that *Mercadão* as a singular place for *povo do santo* and contributes for the maintenance of the cultural afro-Brazilian patrimony.

Keywords: Mercadão. Afro-Brazilian Religion. Space. Location. Sacred. Party.

Sumário

Introdução 13

Capítulo 1 - O Mercadão de Madureira 29

1.1- O Mercado e suas primeiras décadas de trabalho 31

1.2- De Mercado popular de Madureira a Entreposto Mercado de Madureira do Rio de Janeiro 36

1.3- Mercadão de Madureira: mercado popular varejista 49

1.4- Mercado popular ou *shopping center*? 61

1.5- Um Mercado comprometido com seu tempo 67

Capítulo 2 - Mercadão: mercado popular e mercado de artigos religiosos 71

2.1- Mercadão: “espaço de consumo” e “lugar de consumo religioso” 76

2.2- Mercadão: entre a tradição e a inovação 99

Capítulo 3 - O Mercadão e as festas religiosas afro-brasileiras 114

3.1- O espaço e o tempo sagrados dos *terreiros* 123

3.2- As festas religiosas nos *terreiros* 134

Capítulo 4 - A Festa de Iemanjá do Mercadão 165

4.1- A Festa de Iemanjá do Mercadão em 2014 170

Considerações Finais 199

Fontes 203

Referências 210

Anexos 220

Índice de Quadros

Quadro 1	Calendário das festas religiosas do IIÊ OMolu Oxum	142
Quadro 2	Calendário das festas religiosas Centro Espírita Cabocla Jurema no Engenho Novo	142
Quadro 3	Calendário religioso da Casa de Oração Pai Joaquim das Almas	143
Quadro 4	Número de pessoas presentes na festa de Iemanjá do Mercadão (2004-2014)	166

Índice de Gráficos

Gráfico 1	Gráfico de distribuição de pertenças religiosas	24
Gráfico 2	Participação dos Trabalhadores por Conta Própria na Ocupação Total, por Região Metropolitana — 1991/98 - Rio de Janeiro	59
Gráfico 3	Qual a data de fundação da casa?	122

Introdução

No mercado o burburinho é grande e as pessoas circulam em um movimento que às vezes parece uma dança. São muitas cores, muitos sons, muitos aromas, muitas nações. É troca de experiências, é troca de olhares, é troca de conhecimentos, é troca de mercadorias. “No princípio era o mercado. [...] Base de um avanço e de um encontro, chão do homem já civilizado, nada supera o mercado como elemento aglutinador por excelência das comunidades [...] (OLINTO, Antonio, 2001, p. IX).

O Mercadão de Madureira, em 18 de dezembro de 2009, completou 50 anos e no ano de 2014 comemorou seu centenário. Pode parecer no mínimo equivocada essa afirmativa, mas se considerarmos que as raízes do mercado surgiram em 1914, quando o prefeito Bento Ribeiro concedeu aos pequenos comerciantes do bairro de Madureira, feirantes que já se reuniam regularmente, o direito de instalar barracas fixas em terreno demarcado, localizado entre as ruas que atualmente são nomeadas como Rua Olívia Maia e Rua Edgar Romero, por essa perspectiva o Mercadão de Madureira completou 100 anos de existência em 2014. Já se considerarmos como marco a data de inauguração do grande Entreposto Mercado do Rio de Janeiro em 18 de dezembro de 1959, o Mercadão comemorou seus 50 anos de criação no ano de 2009.

Ao realizar nossa escolha de recorte temporal que se inicia em 1977 e se estende até 2014, para olhar a história do Mercadão de Madureira, nós o fizemos por motivos bem definidos a se justificarem e ao longo desta tese. Pontuamos, entretanto, que compreendemos o atual Mercadão como herdeiro e continuidade do velho Mercado de Madureira, com muitas lojas que passaram de pai para filho, ou seja, um mercado centenário.

O Mercadão de Madureira é patrimônio cultural carioca e um mercado popular, sendo um dos maiores entrepostos do Brasil. Com duas entradas principais: ele está situado na Avenida Ministro Edgar Romero, número 239 e na Rua Conselheiro Galvão, número 96 em Madureira, na cidade do Rio de Janeiro. Apresenta 580 lojas, com 40 categorias diferenciadas de produtos e serviços e com a maior concentração de lojas de artigos religiosos e afins para atender as

demandas rituais das *Casas de Santo*[1] do Estado do Rio de Janeiro. É ainda um Mercado que pensa sustentabilidade e a solidariedade por meio de dois projetos: Mercadão sustentável e Mercadão Solidário.

A partir de 04 de julho de 2012, por meio de Decreto nº 35862, o Mercadão de Madureira foi declarado pelo Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro Sr. Eduardo Paes, como "Patrimônio cultural carioca, de natureza imaterial"[2]. Tal ação teve como base as seguintes considerações que constam do Decreto:

> CONSIDERANDO que o Mercadão de Madureira é uma das atrações mais conhecidas e que mais projeta o nome do bairro para fora de suas fronteiras; CONSIDERANDO a importante atuação do Mercadão de Madureira na preservação das tradições culturais e religiosas afro-brasileiras; CONSIDERANDO que este é um dos últimos grandes mercados da cidade do Rio de Janeiro; CONSIDERANDO a necessidade de se preservar a memória cultural por meio do Registro dos Lugares onde se reproduzem práticas culturais coletivas; CONSIDERANDO o pronunciamento do Conselho Municipal de Proteção do Patrimônio Cultural, através do processo 12/002.094/2010[3].

As considerações listadas no Decreto que acabamos de citar, principalmente no que tange à preservação das tradições culturais e religiosas afro-brasileiras[4] e, à preservação da memória cultural dos lugares qualificam o Mercadão de Madureira como objeto da nossa pesquisa.

Mercado popular que faz parte do cotidiano das religiões afro-brasileiras, dentre elas o Candomblé[5] e a Umbanda[6], as quais, não fazem seus santos da

---

[1] Conjunto dos terrenos e casas onde se processam as cerimônias religiosas dos cultos afro-brasileiros, tanto de Candomblé, como de Umbanda. Também chamadas de *Terreiros,* Tenda, Cabana, Centro e Roça (termo menos usado na atualidade) Em certos Candomblés de caboclo é chamado lugar e na maioria *Ilê* (*Casa).*

[2] "Os bens culturais de natureza imaterial dizem respeito àquelas práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais coletivas). A Constituição Federal de 1988, em seus artigos 215 e 216, ampliou a noção de patrimônio cultural ao reconhecer a existência de bens culturais de natureza material e imaterial" (IPHAN) . http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234 . Último acesso em 14 fev. 2016.

[3] Disponível: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108334/21DECRETO35862MercadaodeMadureira.pdf . Último acesso em 13 fev. 2016. Disponível no anexo 1.

[4] Usamos a denominação religiões afro-brasileiras conscientes que o universo dessas religiões é extremamente complexo e que as diferenças entre elas são reais e diversas, no entanto, o fato de possuírem raízes nas culturas africanas e estarem sujeitas a uma mesma legislação e vivenciarem relações similares no convívio em sociedade, utilizaremos a terminologia religiões afro-brasileiras. Reafirmamos essa posição, pois ao usarmos o termo afro-brasileiras não estamos ignorando as diversas manifestações de fé traduzidas no complexo sistema religioso do Candomblé e suas nações, da Umbanda e suas linhas, da Quimbanda, ou o que o Mapeamento das casas de religiões de matrizes africanas no Rio de Janeiro, realizado pela PUC-Rio e SEPPIR-PR, em 2011, chamou de híbridos de Candomblé com Umbanda e híbridos com outras pertenças.

[5] O Candomblé é uma religião afro-brasileira, transmitida oralmente, com base em uma memória ancestral, ritual, com métodos específicos de iniciação, que determinam um modo próprio de visão do mundo aos

mesma forma e nem utilizam os mesmos produtos do mesmo modo. No entanto, dentre outros procedimentos, o consumo de material litúrgico e o ato de comprar ritualizado é um dos procedimentos que aproximam essas religiões, criando uma das leituras possíveis que as identificam como religiões afro-brasileiras. “Mas se o consumo permite reconhecer as diferenças que separam os *terreiros,* é igualmente ele quem aproxima certas casas em virtude de seus laços genealógicos, atestados pelo modo comum de realizar os ritos” (VOGEL, Arno, MELLO, Marco A.S., BARROS, José F. P., 2001, p.8). Pontuamos que com o seu intenso comércio de artigos religiosos e as trocas socioculturais que ocorrem no interior de suas instalações, o Mercadão de Madureira preserva viva e dinâmica a memória de parte significativa da cultura material afro-brasileira.

A história do Mercadão de Madureira motiva-nos enquanto objeto de pesquisa, em virtude das discussões que envolvem os conceitos de sagrado e profano, do entendimento do espaço como território usado e lugar afetivo[7] e, pelas associações entre consumo e rito. A partir da década de 1970, ele se tornou referência para o comércio da região como mercado de artigos religiosos. Atualmente com 61 estabelecimentos que ocupam 98 lojas especializadas no comércio de produtos utilizados nos ritos das religiões afro-brasileiras, com um atendimento que abrange todo Estado do Rio de Janeiro, principalmente as regiões Norte e Oeste da capital do Estado e a Baixada Fluminense. Estamos também cientes que não podemos eliminar os demais estados brasileiros como parte de sua clientela, como observado *in loco*.

Por décadas o Mercadão cumpriu o objetivo tradicional dos mercados populares de comercializar produtos básicos de abastecimento a preços que se pretendiam acessíveis. No entanto, a partir da segunda metade do século XX, ele sofreu alterações significativas no seu perfil. A venda de produtos básicos praticamente desapareceu. Passou de atacadista para varejista e sua estrutura física adquiriu um porte mais atraente e confortável, abandonando com isso o

---

integrantes das comunidades-terreiro. Usaremos “Candomblé” com letra maiúscula quando se tratar da religião e “candomblé “ com letra minúscula quando nos referirmos ao espaço dos terreiros.

[6] A Umbanda é uma religião que surgiu no solo brasileiro de um modo geral fruto da união de valores doutrinários e rituais dos cultos africanos, do catolicismo e do espiritismo Kardecista. Existem vários tipos de Umbanda e muitas discordâncias sobre suas influências e origem. Ver CACCIATORE, 1988, p. 242), D’ARRUDA (2010, p. 11) e PRANDI (1997, p. 3).

[7] Ver Milton Santos (2002, p. 319)

formato de feira livre. O comércio a varejo se solidificou e sua denominação de “mercado popular” também.

No mesmo contexto, compreendemos que ser um mercado popular para o Mercadão de Madureira é uma identidade que o sustenta e diferencia. Essa identidade começou a ser formatada na sua origem enquanto ele era uma feira local que comercializava produtos da região, de forma periódica. Com o tempo tornou-se uma parte integrante da memória da comunidade de Madureira e dos bairros circundantes, tanto como espaço de compra de mercadorias como lugar de encontros sociais, de cultura e lazer. Sendo que essa identidade construída pela ideia de popular, parece-nos muito mais vinculada à ideia de um espaço que se propõe democrático, para o povo em geral, do que num conceito de popular construído em relação a uma cultura dominante de uma sociedade hierarquizada.

Vale colocar que ser um mercado popular não é sinônimo de comercializar produtos para uma clientela de baixo poder aquisitivo. Popular é “um tipo de relação, um modo de utilizar objetos ou normas que circulam na sociedade, mas que são recebidos, compreendidos e manipulados de diversas maneiras” (CHARTIER, Roger, 1995, p. 184). Conceito que se aplica ao Mercadão, pois por lá passam pessoas de todos níveis sociais, das mais diversas religiões, de várias “tribos” urbanas, ou seja, dos mais diversos grupos sociais, os quais se apoderam do Mercado de formas particulares, próprias da sua visão de mundo e da sua vivência em sociedade.

Vale acrescentar que a história do Mercadão de Madureira evidencia que os mercados populares, por carregarem um forte significado histórico cultural, configuram-se como lugar de sociabilidade e não apenas território impessoal, sendo meramente espaço físico. São lugares de cultura, atravessados por relações de poder, por trocas sociais, mas sem perda do seu caráter de mercado do consumo comandado por leis próprias do sistema capitalista. No que se refere a feiras e mercados, Pierre Verger e Roger Bastide (1992, p. 145) compreendem que o capitalismo e a procura do lucro estão intimamente ligados “ao comportamento tradicional comunitário”.

O Mercadão de Madureira é um lugar de convivência que torna oportuno a execução de projetos socioculturais, dentre eles a Festa de Iemanjá[8], que acontece no mês de dezembro, desde 2005, e, envolve boa parte da comunidade religiosa de matriz africana da cidade do Rio de Janeiro.

Salientamos que o Mercadão dos artigos religiosos de matriz africana pôde ser reforçado nessa condição pela política governamental de cultura e turismo que, em meados da década de 1970, colocou a vertente africana como uma marca de afirmação da construção étnica do povo brasileiro. Isso se reafirmou em 1977, pelo fim da exigência do registro policial das *Casas* de cultos afro-brasileiros.

Nessa época, a industrialização e mercadorização da cultura invadia os lugares públicos, num ritmo de mercado global. Jacques Le Goff (2006b, p. 191) escreveu que "é [...] nos mercados que se encontram a economia local e economia distante, que se trocam os produtos, mas também onde evoluem e avaliam-se os grupos sociais". No caso do Mercadão, a revitalização deste espaço, resignificado historicamente pelo consumo ritualístico de mercadorias para as religiões afro-brasileiras, pela convivência cotidiana de diversos grupos sociais e pela valorização da cultura local, permitiu uma releitura do espaço, atribuindo-lhe um sentido carregado de novos signos e significados, sem perder seu caráter comercial. O Mercadão de Madureira se construiu enquanto lugar de cultura na dinâmica dessas articulações em um cotidiano de trocas socioculturais repleto de continuidades e rupturas próprias do processo histórico.

É como mercado popular de artigos litúrgicos, que acolhe rituais diferenciados em momentos específicos da pedagogia iniciática e a Festa de Iemanjá, que o Mercadão pode ser colocado na categoria de espaço sagrado, pois, como expôs Roger Bastide (2001, p. 83), por meio do ritual o espaço sagrado do candomblé[9] migra momentaneamente para outros lugares, que adquirem por certo tempo, o tempo do ritual, o caráter de sagrado, na medida em que eles estão em rede direta com os *terreiros*. Foi a partir dessa concepção que construímos nossa hipótese inicial de que o Mercadão de Madureira poderia ser compreendido como extensão dos *terreiros,* com participação direta na ritualística das religiões afro-brasileiras

[8] Iemanjá: "Orixá dos rios e correntes e espacialmente do rio Ogun (Ógùn), na África. [...] No Brasil, é orixá do mar e considerada mãe de todos os orixás". (CACCIATORE, 1988, p.253)

[9] As ponderações de Bastide se referem exclusivamente ao Candomblé Ketu, mas nós compreendemos que a premissa se adequa as demais religiões afro-brasileiras.

através do ato de comprar ritualizado, bem como nos momentos rituais de bênçãos da Festa de Iemanjá.

Entendemos por *terreiro* o espaço social e cultural, lugar de culto às divindades[10] e entidades[11] ligadas ao universo das religiões de matriz africana[12]. Além disso o espaço sagrado pressupõe "uma irrupção do sagrado que tem como resultado destacar um território do meio cósmico que o envolve e o torna qualitativamente diferente" (ELIADE, Mircea, 2010, p.30), ou seja um espaço diferenciado pelas simbologias que o consagram.

Partimos do pressuposto que as religiões afro-brasileiras se estruturam no rito e o rito nos objetos. Sendo assim, o consumo de artigos religiosos torna-se um fator essencial para o fazer ritualístico, consumo que envolve a manipulação de bens simbólicos organizados num corpo mítico, num diálogo dinâmico entre sagrado e profano, na construção de práticas culturais em um imaginário coletivo.

Destacamos também que a produção do rito se dá no tempo ordinário dos calendários, na dependência da oferta de produtos no mercado e nas interferências próprias da vida cotidiana. Mas no momento ritual, "o homem religioso pode "passar", sem perigo da duração temporal ordinária para o Tempo sagrado" (ELIADE, 2010, p.65). Essa mudança temporal observável nas festas dos terreiros e em alguns rituais da festa de Iemanjá do Mercadão. "Participar religiosamente de uma festa implica na saída da duração temporal "ordinária e a reintegração no tempo mítico reatualizado pela própria festa" (ibid.).

Neste contexto, soma-se a nossa hipótese a ideia que o Mercadão constitui um espaço que articula uma estreita relação entre o econômico e sociocultural, passível de uma leitura dual e comparativa. Primeiramente, como um "espaço de consumo", mercado de abastecimento das populações urbanas, comércio como prática que pressupõe troca de mercadorias, local de negociação, conversa e busca de satisfação de necessidades e ou desejos (VARGAS, Heliana C., 2001, p. 96). Esse espaço cumpre um papel econômico, mas também um papel sociocultural e, neste enfoque tramita nas questões que envolvem seu caráter público e privado. Além disso, é um "lugar de consumo de artigos religiosos", com lugar de encontro e

[10] Orixás, inquices, voduns

[11] Seres espirituais importantes como os Pretos Velhos, Caboclos, Crianças, Exus e Pombagira.

[12] Ver José Flávio Pessoas de Barros (1993). *Filho de santo*: Pessoa que "fez o santo" ou "fez a cabeça" – que esteve na camarinha determinado tempo, aprendendo o comportamento dentro do ritual etc. (CACCIATORE, 1988, p. 148).

de trocas socioculturais dos *filhos de santo*[13]*,* um mercado que se integra a dinâmica do processo de produção do rito das religiões afro-brasileiras e nessa relação adquire o *status* de extensão dos *terreiros*[14]*.* Salientamos que o nosso olhar para religiões afro-brasileira em termos históricos, nesse contexto, nos permite pensar "[...] a religião como um fator privilegiado para qualificar uma determinada unidade cultural" (AGNOLIM, Adone, 2013, p.41). *O* Mercado é transformado aqui em espaço dual e operacional, que se estabelece em um processo interlocutório.[15]

Entendemos ainda a religião em uma "perspectiva histórica, como sendo um sistema de crenças, rituais e hierarquias [...] como um conjunto de estratégias cognitivas relativas à significação da vida e da morte" (I REY, Maria Jeús Buxó, apud. ANDRADE, 2013, p. 13). Também a vemos

> como um sistema unificado de pensamento, sentimento e ação que é compartilhado por um grupo e que dá a seus membros um objeto de devoção, alguém ou alguma coisa sagrado em que acreditar , como um Deus ou um conceito espiritual (ANDRADE, 2013, p. 12)

A religiosidade é o modo de viver, pensar e praticar a religião[16]. É "plural é sempre de elemento identificador para os diferentes quadros sociais de um povo, de uma nação, de uma classe social, e de uma etnia" (CASTRO, Madianes, apud. ANDRADE, 2013, p.14).

A partir da identificação desse caráter dual do Mercadão de Madureira, empreendemos nossas análises por uma perspectiva comparada. Sendo assim, para contrastar as especificidades do Mercadão, enquanto mercado popular espaço de consumo, e como mercado de artigos religiosos, extensão dos terreiros, usaremos como estratégia de comparação a tipologia *individualizadora* de Charles Tilly (1984). Mas quando se fizer necessário para comparar casos que se aproximam na ação por seguirem uma mesma regra de conduta, de prática em si, usaremos a tipologia *universalizadora*, bem como a tipologia *diferenciadora* para examinar as diferenças que se apresentem regularmente. Observamos que uma estratégia de comparação não anula a outra.

---

[13] Usaremos a denominação *filhos de santo* para identificar os fiéis das religiões afro-brasileiras de uma maneira geral, mas cientes que não é um termo usado cotidianamente pelos adeptos de muitas Umbandas que normalmente usam a denominação *médium* para se identificarem. No entanto, fora do circuito religioso em si e, em certas Tendas de Umbanda, a terminologia *filhos de santo* é recorrente.

[14] O mesmo que *Casa de Santo.* Ver citação n. 1

[15] Ver CERTEAU, Michel (1990, p. 213).

[16] Ver BATISTA (1984)

Pensar em História Comparada neste campo de observação nos remete a Jose D'Assunção Barros (2007, p. 17) quando este afirma que: "Comparar macro-realidades ou micro-realidades é legítimo em cada caso: e entre estas operações guardar-se-á o mesmo tipo de distinção que emerge da escolha entre comparar estrelas e compara átomos". Assim, refletimos sobre as condições em que a comparação pode nos colocar como observadores com procedimentos sistematizados para análise de um mesmo espaço com dois universos distintos em diálogo.

Nosso modo de comparação realça o caráter múltiplo do Mercadão que na prática se manifesta de múltiplas formas com variáveis próprias de um objeto social, tais como: mercado público de trocas comerciais, mercado público naquilo que o faz lugar de socialização e de cultura, espaço profano e sagrado. Por meio das já citadas estratégias de comparação, analisaremos nossas fontes de forma contextualizada, na busca de enfatizar os usos, os sentidos, e as práticas das relações que ali têm lugar, na observação de como se comportam e são estimuladas no contato e na negociação das diferenças. Dessa forma, foi possível destacar as singularidades, analisar as sincronias e diferenças nos casos estudados, na tentativa de compreender a dinâmica comercial e sociocultural do mercado, bem como a releitura das tradições religiosas afro-brasileira ali manifestadas.

Assim, entendemos que os indivíduos ao agirem nos espaços, consumindo-os e se apropriando deles, podem lhe atribuir novos sentidos e imprimir novos usos, distintos daqueles inicialmente planejados, ou seja, podem transformar sua natureza. Tal transformação decorre dos indivíduos em uma criativa articulação intelectual, muitas vezes contraditória, adquirindo o espaço um sentido no indivíduo e no seu processo cognitivo de leitura. Este espaço assume o caráter de *lugar afetivo*, "território usado"[17], construído no diálogo entre o passado e o presente, na ligação entre o mundo e o indivíduo. Por fim, poderíamos acrescentar a ideia de "uma "realidade tensa", um dinamismo que está se recriando a cada momento, uma relação permanentemente instável".[18] O espaço se resignifica nessas relações.

A proposta é ver o Mercadão de Madureira como espaço que rompe com a oposição entre o observável (profano) e o seu sentido (sagrado). Mercado enquanto espaço simbólico "aquele que representa outra coisa em virtude de uma

[17] SANTOS, Milton (1994, p. 314)
[18] Id. (2002, p. 72).

correspondência analógica"[19], há articulações entre significado e significante (conteúdo e forma), no que corresponde a utilização e preservação do cultural material das religiões afro-brasileiras. O mercado e os terreiros como parte de um mesmo conjunto, pois estão unidos na ritualística que os envolve nas trocas entre o mercado espaço de consumo e o mercado de bens simbólicos integrante do ritual religioso. No entendimento do rito em geral "[...]enquanto modo de existência dos seres humanos, atividade refletida produzida por organizações humana e forma de objetivação intencional do pensamento em comportamentos simbólicos" (RIVIÉRE, Claude, 1996, p.28).

O Mercadão de Madureira que se organiza na construção de um conjunto de significados partilhados pelos homens para explicar o mundo. A cultura como forma de expressão e tradução da realidade que se faz de forma simbólica é passível das mais variadas interpretações (PESAVENTO, Sandra J., 2003, p. 180).

Vale pontuar que permanência do sagrado na cultura, nas manifestações religiosas e em vários setores da sociedade, durante séculos trouxe à tona diversas reflexões sobre sagrado e profano. No século XX, muitos intelectuais se se ocuparam dessa discussão, como Emile Durkheim, George Bataille, Roger Caillois, Michel Leiris, Roger Bastide, dentre outros. Geralmente os pesquisadores de língua francesa discutiram o sagrado enquanto resultado do imaginário coletivo.

Em relação ao conceito de sagrado e seus desdobramentos, dialogamos principalmente com Mircea Eliade. Segundo ele: "O homem toma conhecimento do sagrado porque este se manifesta, se mostra como algo absolutamente diferente do profano" (2006, p.17). Ele propõe o termo *hierofania* algo de sagrado se nos revela, para pensar a manifestação do sagrado como um ato misterioso que não faz parte da realidade desse mundo "natural", "profano". Eliade coloca que a pedra e a árvore sagradas não são adoradas como pedra e árvore, pois são *hierofanias* que mostram algo que é sagrado, da ordem do sobrenatural, que já não é mais pedra e nem árvore (ibid., p.18). No entanto, continuam a ser pedra e árvore por um foco profano. Uma *hierofania* contém o sagrado e o profano que existem ao mesmo tempo como o absoluto e o relativo em uma ruptura ontológica que gera um paradoxo que contém o eterno e o efêmero.

[19] Ver GREIMAS, A. J., COURTÉS, J (2008. p. 464)

> Temos que nos acostumar a aceitar as hierofanias em qualquer lugar, em qualquer área da vida fisiológica, econômica, espiritual e social. Na verdade, não sabemos se não existe algo − objeto, ação, procedimento fisiológico, ente, um jogo etc. − que nunca, em algum momento da história humana, havia sido transfigurado numa hierofania. (ELIADE, 2005, p. 12)

Para articular cultura com comércio, consumo e mercado, partimos de uma perspectiva que leva em conta a cultura material simbólica do *povo do santo*[20], em sua relação com a sociedade mais ampla. Investigar essa história é refazer suas trajetórias num esforço genealógico, o que significa retornar à África ancestral, aos mitos e a visão de mundo dos povos africanos transplantados para o Brasil. É falar do imaginário e de simbologias ligadas ao cotidiano e a religiosidade, considerando mito, segundo Eliade (1986, p. 11), como "uma realidade cultural extremamente complexa, que pode ser abordada e interpretada através de perspectivas múltiplas e complementares".

Compreendemos que as trocas comercias não envolvem apenas o ato de comprar e vender, pois "[...] as diversas atividades econômicas, por exemplo, o mercado, ainda estão impregnadas de ritos e de mitos; conservam um caráter cerimonial, obrigatório e eficaz" (MAUSS, Marcel, 2003, p. 302). É neste sentido concreto e plural que observamos o Mercadão, que segundo seus dirigentes, recebe em torno de 80.000 clientes por dia.

Vale pontuar que de acordo com o IBGE, dados do censo de 2010[21], o número de habitantes de Madureira era de 372.555. Reforçamos que o bairro Madureira está localizado na Zona Norte que é dividida em onze regiões administrativas e engloba 65 bairros da cidade, com uma população total de 1.814.030 habitantes, e geograficamente localizado em uma área central em relação aos bairros da Zona Norte, Oeste e Baixada Fluminense[22].

Nesse contexto, para dimensionarmos em termos mais concretos o número de fiéis das religiões afro-brasileiras que são potencialmente clientes do Mercadão nós nos reportamos às pesquisas realizadas entre 2008 e 2011, pelo Núcleo Interdisciplinar de Reflexão e Memória Afrodescendente – NIREMA/PUC-RIO e pelo Núcleo Interdisciplinar de Meio Ambiente – NIMA e apresentada no estudo intitulado

---

[20] Esse termo é utilizado para se referir aos adeptos das religiões afro-brasileiras de uma maneira geral. Ao utilizarmos essa denominação não estamos excluindo as diferenças reais entre os adeptos em relação as suas religiões. Usamos tal denominação no intuito de facilitar a narrativa aqui inscrita.

[21] Disponível em http://139.82.34.143/terreiros/ Último acesso em 05 jan. 2016

[22] Vale pontuar que de acordo com o IBGE, dados do censo de 2010[22], a população do da cidade do Rio de Janeiro era de 6.305.279 habitantes.

Mapeamento das casas de religiões de matrizes africanas no Rio de Janeiro[23], o qual teve apoio da Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República (SEPPIR/PR), sob a assessoria do Conselho Griot. Em relação ao número de *Casas de Santo,* frequentadores e adeptos a pesquisa levantou:

> O banco de dados da pesquisa registra um total de 119.988 frequentadores nas 847 casas pesquisadas, totalizando, com seus respectivos adeptos, uma população de 186.936 pessoas "cuidadas" pelas casas de axé nos 30 municípios do estado do Rio de Janeiro acessados pela pesquisa[24] (FONSECA, Denise Pini Rosalem da, GIACOMINI, Sonia Maria, 2013, p. 93).

"É importante ressaltar que as regiões da Zona Oeste e da Zona Norte do município do Rio de Janeiro, somadas à da Baixada Fluminense, respondem por quase 80% das casas pesquisadas" (ibid.). Comparando estes dados, com a população de adeptos das religiões afro-brasileiras, principalmente de Umbanda e Candomblé do Rio de Janeiro, podemos constatar que cerca de 80% dos *filhos de santo* estão localizados nas regiões que se ligam ao bairro de Madureira, bairro por sua posição central e de fácil acessibilidade.

Observamos também que o número de *Casas de Santo* levantado pela pesquisa está aquém da realidade, pois muitos *terreiros* ainda têm medo de se oficializar, por conta de perseguições religiosas, de preconceitos de toda ordem. Na atualidade o receio é devido à intolerância religiosa advinda de vários grupos, principalmente dos neopentecostais. A maioria dos preconceituosos associa as religiões afro-brasileiras a feitiços, a maldades, a idolatria, ao diabo, por total falta de conhecimento das práticas religiosas dos *terreiros,* como também por preconceito racial, por uma visão equivocada da África que muitas vezes é considerada como um continente sem civilização com práticas mágicas associadas ao mal. Mas é importante sublinhar que no período entre 1930-1969, foram fundadas 115 *Casas de Santo* e após o governo brasileiro ter liberado o culto das religiões afro-brasileiras, entre 1970-2009, o número de *Casas* passou para 695, as quais são das mais diversas pertenças religiosas de matriz africana. Vide gráfico abaixo.

---

[23] A pesquisa produziu uma cartilha que orienta as *Casas de Santo* no seu processo legalização, ressaltando a importância desse processo. Como também um site com o levantamento cartográfico das *Casas de Santo*, onde é possível consultar por nome, região, filiação *as Casas* registradas. Site disponível na bibliografia.

[24] Este livro contém o resultado das pesquisas do mapeamento das *Casas de Santo*. Ele foi lançado em 19 de março de 2014 pelas pesquisadoras do projeto.

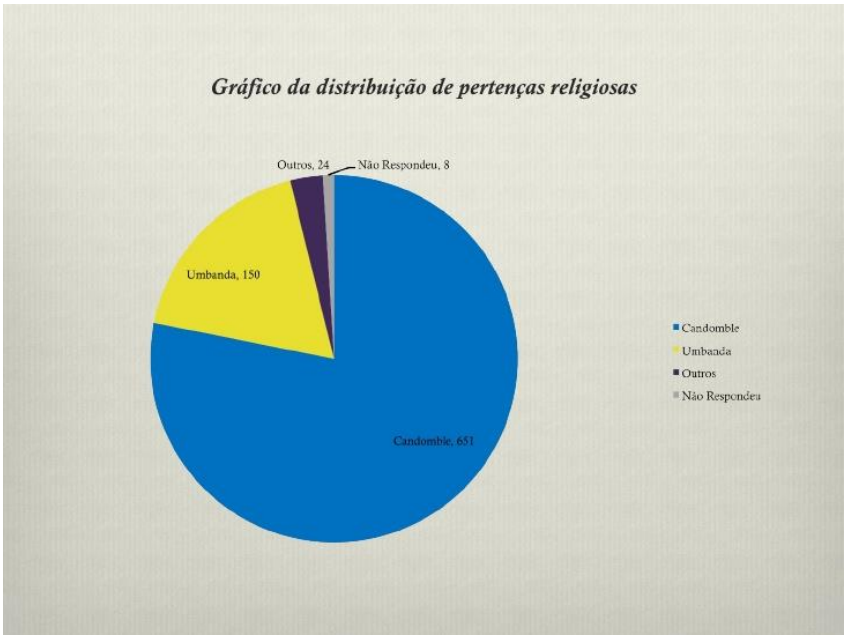


Gráfico 1- Gráfico de distribuição de pertenças religiosas.
Fonte: Mapeamento das Casas de Santo do Rio de Janeiro. Disponível em <http://139.82.34.143/terreiros/>. Acesso em 12 fev. 2016.

O crescimento do número de *Casas de Santo* no Rio de Janeiro, diagnosticado pela pesquisa citada, mapeamento das religiões afro-brasileiras, não é um fator isolado no território brasileiro. Em Salvador, a Secretaria da Indústria e Comércio, em 1983, publicou um estudo que informava a existência de 1.018 terreiros em Salvador. Já em 2006, no "Projeto de Regularização Fundiária dos Terreiros de Candomblé", pesquisa empreendida pelas secretarias municipais da Reparação e da Habitação, em parceria com o Centro de Estudos Afro-Orientais (Ceao/UFBA) registrou um número de 1.408 *terreiros* em Salvador, com algumas variáveis que se consideradas aumentariam em pelo menos 10% esse número.

No intuito de melhor direcionar nossas pesquisas, optamos dentro do amplo universo das religiões afro-brasileira focar no Candomblé e na Umbanda. Tal decisão se ancora no número mais expressivo de candomblecistas e umbandistas circulando pelo Mercadão.

Sendo assim, esclarecemos que o "candomblé, do nosso ponto de vista, é o resultado de diversas culturas africanas, produto de algumas afiliações, existindo, portanto, vários candomblés (Angola, Congo, Efan etc.)" (Barros, José F. P., 2003, p. 17). De modo geral pode ser visto como a religião dos orixás[25], inquices[26] e

[25] "Divindades intermediárias iorubanas, excetuando Olorun, o Deus Supremo. Na África eram cerca de 600. Para o Brasil vieram talvez uns 50 que estão reduzidos a 16 no Candomblé (alguns tendo vários nomes ou

voduns[27]. No início do século XX, no Rio de janeiro, o Candomblé expandiu-se principalmente em direção a Baixada Fluminense.

A Umbanda, segundo Nei Lopez, é uma "religião brasileira que se destacou, entre os cultos de base africana, por incorporar traços do espiritismo europeu e por dar grande peso aos guias espirituais – caboclos, pretos-velhos[28] e etc. – em suas crenças e práticas (2012, p. 336). A Umbanda, a partir do início do século XX, conquistou muitos adeptos, principalmente na Região Norte do Estado do Rio de Janeiro.

Assim, por meio da utilização teórica-metodológica da História Comparada, empreendemos consultas e análises de arquivos públicos, como os da Prefeitura do Rio de Janeiro/RJ, Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro e a arquivos de jornais como o Jornal do Brasil, A Tribuna, O Globo, dentre outros. Também acessamos acervos documentais e iconográficos da Associação Comercial do Grande Mercado de Madureira (ACOGRAM) que se encontram sob a responsabilidade da assessoria de imprensa do Mercadão de Madureira, como também documentos e fotos de particulares que convivem ou conviveram com a realidade cotidiana do Mercadão. Também foram consultadas produções acadêmicas que citam ou discutem algum ponto referente à história do Mercadão.

Coletamos depoimentos, usando a metodologia da História Oral, ouvimos, gravamos e conversamos com diversos atores sociais, tais como frequentadores, comerciantes, administradores do Mercadão de Madureira[29]. Também escutamos

---

'qualidades"), dos quais 10 passaram à Umbanda" (Ibid., p.197). Diz a oralidade que sobreviveram sendo cultuados no Brasil os orixás que tinham uma característica guerreira, por conta da escravidão, bem como os orixás ligados a maternidade, a fecundação, uma questão de resistência, de preservação étnica.

[26]Divindades *jeje,* comparável ao orixá do *ketu.*

[27] Divindades do Candomblé angola-congo, comparável ao orixá do Nagô. Também encontrado com a grafia *Inkice.*

[28] Caboclos: "Termo designativo de certos Guias das linhas de Xangô, Ogum e Oxóssi. Também chamado caboclo de terreiro. Os caboclos são espíritos guias das raças ameríndias, os quais não têm nenhum impedimento em baixar nos terreiros ou tendas de Umbanda. Os caboclos são também espíritos adiantados. Embora não tenham a brandura dos Pretos-Velhos, são muito prestativos e sabem agir com eficiência, nunca se negando a beneficiar ou praticar a caridade" (PINTO, Altair, n/d, pp. 37-38) . Pretos Velhos: "Espíritos purificados de antigos escravos africanos no Brasil, os quais "descem" na Umbanda [...] São exemplos da humildade, sabedoria simples, bondade e perdão [...] São tratados por Pai ou Vovô (masc.), Vovó ou Tia (fem.) ". (CACCIATORE, 1988, pp.215-216)

[29] Para coletar os depoimentos sempre lançávamos uma pergunta inicial, que era formulada de acordo com o encaminhamento das pesquisas e com o papel do entrevistado no contexto, ou seja, não havia um padrão de questionário a ser seguido. Ressaltamos que o objeto da nossa pesquisa foi o ponto comum dos questionamentos iniciais. Os depoimentos serão apresentados na tese através de fragmentos, de acordo com o desenvolvimento das discussões, no intuito de reforçar ou questionar as questões apresentadas.

representantes dos *terreiros*, o que foi realmente importante para nos ajudar a pensar as práticas religiosas.

No que tange à análise dos depoimentos e do discurso contido neles, consideramos o texto em si mesmo, ou seja, a narrativa da forma como está apresentada. Em seguida, a ideia foi explorar as coincidências e divergências narrativas, com foco no nosso objeto analisar a trajetória individual do entrevistado e, também a forma como ele aborda as situações próprias da memória coletiva dos lugares. Em outras palavras, visamos por meio da análise dos discursos das fontes citadas, a compreender a inserção histórica do Mercadão e a sua consolidação enquanto referência regional, bem como as transformações tanto físicas quanto simbólicas sofridas pelo espaço em questão.

A tese está dividida em quatro capítulos. O primeiro capítulo foi desenvolvido no intuito de apresentar nosso objeto: o Mercadão de Madureira. Neste capítulo a opção pela construção de uma história linear, sem maiores problematizações, teve como objetivo construir um corpo reconhecível para o objeto da pesquisa. Para que o leitor pudesse se apropriar do Mercadão e a partir daí compreender as hipóteses lançadas nessa introdução e discutidas nos próximos capítulos da tese.

O primeiro capítulo apresenta a história do Mercado de Madureira da sua origem até a atualidade, com o objetivo de identificar a forma como o mercado, por décadas, foi organizado enquanto mercado atacadista de abastecimento de hortifrutigranjeiros e, aos poucos, foi mudando seu perfil até se transformar em mercado varejista que atende a vários segmentos comerciais. Nesse capítulo destacamos também as relações sociais, culturais e políticas que se construíram no espaço do mercado e no seu entorno, bem como o diálogo com a comunidade em geral, ou seja, salientamos um mercado que negocia para além da questão econômica, pois vivencia relações socioculturais. Na concepção que “cada lugar é a sua maneira o mundo” (Santos, 2012, p. 314)

No segundo capítulo, o processo comparativo toma corpo. Discutiremos o Mercadão enquanto mercado de consumo e mercado religioso, nos meandros do sagrado e do profano, bem como a oferta de produtos para os ritos na realidade da lei da oferta e da procura e, a influência da tradição nesse processo. Frisando que, na tentativa de compreender a dinâmica sociocultural do mercado e a releitura das tradições religiosas afro-brasileira ali manifestadas, buscamos analisar os usos,

sentidos, práticas das relações que ali têm lugar e, como se comportam e estimulam o contato e as negociações das diferenças.

Na busca de comprovar nossas hipóteses direcionamos nosso olhar para a história do Mercadão enquanto mercado que assume o papel de dois mercados distintos em um mesmo espaço com significativos pontos de interseção: um mercado de artigos religiosos de considerável dimensão simbólica e um mercado popular de comércio capitalista. Nós nos propomos a fazer uma análise comparada desses dois mercados naquilo que cada um têm de diferencial e que torna único o Mercadão.

No terceiro capítulo discutiremos as relações entre espaço, mito e rito. No que tange ao sagrado e ao profano e a reatualização continua do mito pelo ritual no tempo e no espaço. Para tal, contamos principalmente com as discussões de Mircea Eliade. Neste movimento daremos visibilidade às festas de *terreiro* e ao ato de comprar no mercado como um fazer ritualístico carregado de complexidade, principalmente para o neófito que logo descobre que sem conhecimento não se compra.

Ressaltamos que, para as religiões afro-brasileiras, a festa[30] é o tempo da consagração, da recriação e, da repetição ritualística, pois as forças sagradas podem se esgotar se não forem recriadas, periodicamente renovadas. “A continuidade religiosa é formada pela complementaridade dos ritos cotidianos e sucessivos, pela heterogeneidade desses momentos do tempo numa unidade superior que os une para formar um só todo” (BASTIDE, 2001, p. 111).

A festa configura-se como um espaço de perpetuação da memória ritual e está intimamente ligada ao mercado, pois envolve a aquisição de muitos artigos religiosos, pois o *axé* transmissível por contato ou incorporado aos objetos e aos seres humanos, é conduzido por meios materiais e simbólicos e, tem como uma de suas características ser acumulável[31]. É na atividade ritual que o princípio dinâmico do terreiro se renova por meio do desenvolvimento crescente do *axé* que precisa ser “liberado, canalizado, fixado temporariamente e transmitido a todos os seres e objetos, consagrando-os” (BASTIDE, 2001, p.37). Os iniciados no seu fazer ritual são receptores e impulsionadores do *axé.*

[30] Na Umbanda também recebe o nome de gira festiva.
[31] Ver (SANTOS, 2002, p.39).

Assim, através das festas continuaremos a desenvolver as discussões que buscam comprovar a hipótese que o Mercadão de Madureira se transforma em lugar sagrado, expansão do *terreiro* quando da ritualística empreendida pelos *filhos de santo* no ato de comprar artigos religiosos.

No quarto capítulo apresentaremos a Festa de Iemanjá no Mercadão, que por mais de uma década movimenta a comunidade afro-religiosa do Rio de Janeiro e transforma o Mercadão em um lugar de intensas trocas socioculturais direcionadas a as religiões afro-brasileiras. No entendimento de que as festas em geral são "expressão teatral de uma organização social, a festa é também fato político, religioso ou simbólico" (Mary Del Priore, 2000. p. 10)

Enfatizamos que a festa de Iemanjá no Mercadão de Madureira tem função social, pois nela há troca de conhecimentos, de valores, de normas e, vínculos de solidariedade são construídos e/ou reforçados. Ao participar da festa vários segmentos sociais depositam na celebração ao orixá seus desejos e sua fé. Os organizadores da festa, os fiéis e o público em geral, idealizam o momento da celebração e ajustam suas expectativas a realidade que se apresenta repleta de tensões em constante readaptação social.

Sendo assim, a festa de Iemanjá é vivenciada em múltiplas realidades, pois é construída dentro do mercado com recursos financeiros internos e externos e, discutida no âmbito do econômico, do político, do social e do cultural. Ao se situar entre o sagrado e o profano, a festa se transforma em "[...] ponte entre o mundo sagrado e o mundo profano (ibid. p. 27) e o rito reafirma seu compromisso com a perpetuação do patrimônio material de matriz africana através da pratica religiosa afro-brasileira. É nesse sentido que a festa de Iemanjá corrobora as nossas hipóteses, o que nos leva a concordar com Flávio G. Santos que "Sem mercado não há orixá! " (2013, p. 153).

Capítulo 1- O Mercadão de Madureira

Em um primeiro momento, após ter caminhando vários dias pelo Mercadão de Madureira, ter conversado informalmente com alguns consumidores, ter consumido, sentimos uma necessidade de conhecer o Mercadão para além da primeira impressão. Sendo assim, procuramos encontrar locais onde o mercado se apresentava, era citado, era visto como espaço público e principalmente adquiria um status de importância, sendo uma referência no cotidiano dos moradores de Madureira. Isso porque entendemos que “a vida cotidiana não está “fora” da história, mas no “centro” do acontecer histórico: é a verdadeira “essência” da substância social” (HELLER, Agnes, 2008. p. 34)

Além do próprio Mercadão que é uma estrutura física com uma circulação diária de cerca de 80.000 pessoas, a Estação de trem Mercadão de Madureira, inaugurada em 1908 com o nome de Inharajá, depois denominada Magno e atualmente batizada com o nome Mercadão surge como a próxima referência desse lugar. Outra referência cotidiana aparece nas diversas linhas de ônibus: um total de 17 coletivos têm placa, fixada no vidro da frente, uma sinalização indicando passar pelo Mercadão. O Transporte Rápido por Ônibus - BRT, inaugurado em 2014, no corredor expresso Transcarioca que liga o Aeroporto Internacional Tom Jobim, na Ilha do Governador, ao Terminal Alvorada, na Barra da Tijuca, tem uma estação de parada muito movimentada de nome Mercadão, localizada bem em frente ao Mercado.

Também encontramos disponíveis na internet o site oficial do Mercadão e o Guia Oficial do Rio de Janeiro/Riotur que cita o Mercado como um dos símbolos do Bairro de Madureira. No Guia de compras do Mercadão de distribuição anual gratuita, e em revistas como Fala Zona Norte, recorrentemente tem reportagens que envolvem o Mercado. Isso também acontece no Jornal Extra, O Globo, Jornal do Brasil e outros. Observamos ainda que é habitual encontrar artistas e apresentadores de televisão gravando ou passeando pelas lojas do Mercadão. Muitos são os jornais e revistas especializados nas religiões afro-brasileiras, como a Revista online Conexão Afro, o Jornal Icapra, dentre outros, que registram as atividades sociais, culturais e comerciais do Mercado. Tudo isso serve para pensar o Mercadão, sem contar a infinidade de blogs e o youtube.

Ainda neste sentido, o antropólogo e pesquisador de religiosidade de matriz africana, José Flávio Pessoa de Barros, gravou um vídeo que foi disponibilizado pela Mandinga Produções, em 2010, no *youtube*, com o título de "Religiosidade Afro-Brasileira 7- Mercadão de Madureira". Ele fala que:

> Quando a gente entra no Mercadão de Madureira, a gente já sente é essa mudança, e aquela coisa fantástica da multiplicidade e da diversidade; mas talvez o olhar menos atento de alguém que vê as mais variadas formas de comércio ali não tenha a possibilidade [de perceber]. Só a partir desse olho mais astuto, mais arguto, ela consegue perceber como é que esse consumo das religiões afro-brasileiras se dão a partir dessa da constituição dessa identidade nova que é essa aventura do mercado proporciona. Em primeiro lugar se a gente chegar numa sexta-feira no Mercadão de Madureira, a gente vai ver uma população enorme que se movimenta lá, vestida de branco, e isso tem a ver com instâncias simbólicas extremamente claras nessas religiosidades de origens e matriz africana [...]. (informação verbal)[32]

O Mercadão de Madureira ainda faz parte da temática de alguns artigos acadêmicos, é comentado em duas ou três dissertações e teses. É também citado em alguns livros com os quais estaremos dialogando ao longo desse trabalho.

Ressaltamos que, quando das comemorações dos 50 anos do Mercadão, além das festividades, o Condomínio do Entreposto Mercado do Rio de Janeiro, juntamente com a Associação Comercial do Grande Mercado de Madureira – ACOGRAMM, apoiaram a iniciativa do Sr. Ronaldo Luiz Martins[33], na empreitada de escrita de um livro que retratou a memória do mercado. A publicação comemorativa recebeu o título de "Mercadão de Madureira: Caminhos de Comércio e teve seu lançamento no Centro Cultural Banco do Brasil do Rio de Janeiro, em 14 de dezembro de 2009. As comemorações também contaram com um documentário, um filme e uma exposição, com o objetivo de resgatar a memória desse lugar.

Não podemos deixar de mencionar que Nei Lopez, conhecido compositor, graduado em Direito e Ciências Sociais, autor de publicações sobre as manifestações culturais afro-brasileiras, no seu "Dicionário da Hinterlândia Carioca – Antigos "Subúrbio" e "Zona Rural"", exibe um verbete intitulado Mercadão de Madureira:

---

[32] [Transcrição nossa]. BARROS, José Flávio Pessoa de. (2010). Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=SbCkoy57oiM&list=PLF904157A41BF5DA1&index=36> Último acesso em 13 fev. 2016.

[33] Estudioso, autodidata, *Babalorixá*, filho do bairro de Madureira, frequentador do Mercado desde a década de 50. Membro fundador do Instituto Histórico Geográfico da Baixada do Irajá (IHGBI) e um entusiasta pela história do seu bairro e vizinhanças. Seu pai foi funcionário da Estrada de Ferro e segundo ele, um apaixonado pela história dos lugares e das pessoas. Ele herdou a paixão. Desde criança caminhava pelo mercado e dele tem muitas lembranças, vivas lembranças. Me concedeu mais de 4 horas de depoimentos gravados e pelo menos o triplo de conversas informais.

> (...) O "Mercadão" fora destruído inteiramente por dois incêndios sucessivos de grandes proporções. Então, reconstruído e modernizado, foi reinaugurado com o aspecto de um SHOPPING CENTER, com instalações mais confortáveis, conservando, entretanto, as características com que granjeou fama e atratividade, mantendo, por exemplo, a grande concentração de estabelecimentos comerciais criados para atender à demanda dos fiéis da UMBANDA e do CANDOMBLÉ. (LOPEZ, 2012, p. 237)

Dado essa multiplicidade de faces e referências, foi preciso conhecer intimamente este grande Mercado do subúrbio carioca, para que ele deixasse de ser um mercado construído na e pela imaginação, produto da experiência alheia.

1.1- O Mercado e suas primeiras décadas de trabalho

O atual Mercado de Madureira nasceu no ano de 1914 e se organizava como uma pequena feira livre, um ponto de venda de produtos agropecuários, localizado em um terreno que atualmente corresponde a área ocupada pelas pistas que dão acesso ao Viaduto Negrão de Lima. Vendia, além de produtos hortifrutigranjeiros, “outros gêneros e artigos produzidos na Freguesia do Irajá, aos poucos o mercado foi crescendo como ponto de convergência dos engenhos, fazendas e roças do interior” (LOPEZ, 2012, p. 238).

Em 1916, o mercado de Madureira foi transferido para “o então campo livre existente no lado oposto da linha férrea, entre esta e o entroncamento da Estrada do Portela com a estrada Marechal Rangel [...] Neste local permanecerá [...] por quase 50 anos” (MARTINS, 2009, p. 49).

Para tentar compreender a dinâmica das primeiras décadas do Mercado de Madureira, fizemos um levantamento de reportagens em jornais de 1916 a 1947. Não nos aprofundaremos nesse período, pois o corte temporal de nossas pesquisas é outro, mas entendemos que é necessário levantar minimamente as raízes do nosso objeto, para melhor compreendê-lo.

O Jornal A Epoca, de 14 de dezembro de 1916, na sua página 05, relatou um momento de tensão e protestos na feira livre conhecida como mercado de Madureira. Consta na notícia que cerca de 200 lavradores protestaram contra a ação do agente da prefeitura, Sr. Vieira de Mattos, que alegava que a feira não podia acontecer, pois não era dia designado para tal. Ele havia chamado a polícia que apreendeu as mercadorias dos lavradores. O tumulto aumentou e foi preciso que

uma segunda pessoa, vinda do 23º Distrito Policial, Dr. Abelardo Luiz, intercedesse em prol dos lavradores solicitando a devolução da mercadoria, para que eles pudessem voltar para casa em paz. Esta reportagem e muitas outras que aqui apresentaremos nos demonstrarão que a história do Mercado de Madureira é permeada de conflitos, de jogos políticos, de interesses particulares, de luta por melhores condições de trabalho e assim por diante.

Dois meses depois, o A Epoca noticia que a Feira de Madureira era a mais importante do então Distrito Federal. Comenta que, devido à grande oferta de mercadorias de preços mais baixos, o movimento do comércio e de pessoas era intenso. A reportagem salienta: “urge que o dr. Amaro Cavalcanti mande construir um mercado em Madureira, visto ser esta uma justa aspiração dos moradores daquella zona suburbana” (1917, p.1).

Nesse momento, já se configurava como necessária a construção de um mercado, pois a dinâmica no formato de feira já não era satisfatório. O jornal descreveu o local como uma colmeia humana com rapazes, raparigas, namoricos e crianças alegres, sem contar os animais em convívio próximo, ou seja, outras relações e práticas além do comércio ali se organizavam. Isso nos remete a Agnes Heller, quando ela afirma que o cotidiano é “heterogêneo em vários aspectos, sobretudo no que se refere ao conteúdo e à significação ou importância de nossos tipos de atividade” (2008, p.32).

Nas edições de 2 e 5 de setembro de 1918, os jornais A Rua e A Epoca, respectivamente, trouxeram matérias que noticiavam as novas instalações e a inauguração do mercado municipal de Madureira no dia 05 de setembro. Comentaram que era uma obra da prefeitura e que vários políticos marcaram presença, inclusive o prefeito.

Após a inauguração, uma batalha começou a ser articulada em prol da construção de uma cobertura para o mercado, pois legumes, frutas, verduras, expostos ao sol e à chuva se deterioravam muito rapidamente. Essa reinvindicação demorou décadas para ser atendida. O fato é que O Jornal noticiou o abandono da prefeitura que, até aquela data de 4 de julho de 1921, não havia colocado cobertura na área do mercado, como também se percebia o caos na higiene do local com “valla infecta de dejetos das casas vizinhas’ (O Jornal, 1921, p.4).

Outra questão que foi notícia em vários momentos, sendo ainda motivo de discórdia, diz respeito ao horário e aos dias de funcionamento do Mercado. A

Gazeta de Notícias e O Jornal, ambos de 26 de outubro de 1922, atentaram para o horário de funcionamento do Mercado de Madureira como de 11 horas da manhã às 16 horas, sendo que, em abril do mesmo ano, uma comissão da Associação de Quitandeiros Suburbanos procurou o prefeito para pedir alteração do horário de funcionamento e, novamente, solicitaram a cobertura para o mercado (O Jornal, 1922b, p.7). Cinco meses depois, o mesmo jornal noticiou o horário de funcionamento do mercado como sendo das 06 às 10 horas da manhã.

Causa-nos certa estranheza pensar que o primeiro horário oficial de funcionamento do mercado começava às 11 horas, pois segundo as informações[34] os lavradores saíam muito cedo das plantações em direção ao Mercado. Como vários produtos se deterioravam muito rapidamente, a questão com certeza é dúbia, e provavelmente esteja relacionada aos intermediários que foram citados em reportagens dos anos seguintes.

Vale observar que os lavradores não se apresentavam de forma desorganizada. Várias reuniões foram relatadas pela imprensa. A título de exemplo: a reunião que discutiu os estatutos do Centro de Proteção dos Lavradores, que aconteceu em 21 de janeiro de 1922 (Gazeta de Notícias,1992a, p. 6). Outra situação que observamos via imprensa foi a presença constante de autoridades políticas ou de seus representantes na área do Mercado. Essa informação que não pode ser negligenciada, pois o Mercado tornou-se com o passar dos anos um importante reduto eleitoral.

A partir do início de 1923 diagnosticamos uma mudança no perfil do Mercado, provavelmente, devido à presença da figura do intermediário. Isso não significa uma ausência dessas pessoas em tempos anteriores, mas sim uma presença mais efetiva deles desse período em diante. Em janeiro desse ano, A Gazeta de Notícias trouxe uma reportagem bastante esclarecedora sobre a ação dos atravessadores. A matéria começou com uma explanação sobre os preços baixos do Mercado, comentou os melhoramentos ocorridos ali, o que teria contribuído para levar o nome do Mercado para fora da região. Em contrapartida, foi justamente o fato de ter se tornado mais popular, o que levou ao aumento da ação dos atravessadores, um dos grandes problemas do espaço, segundo os lavradores. O jornal relata ainda que os

[34] Informações adquiridas em conversas informais com antigos moradores da região, inclusive o Sr. Ronaldo Martins, bem como as notícias dos jornais de época.

lavradores não tinham apoio da prefeitura. Eles eram explorados e o nome do Mercado caía em descrédito. Destacamos o seguinte trecho da notícia:

> Estes começaram a frequentá-lo e a afastar o público, de modo que, hoje, só mui dificilmente se consegue ali qualquer coisa a varejo. Os lavradores, presos a esses intermediários, só vendem as caixas e aos sacos. [...] são adquiridos por esses intermediários, por dez réis de mel coado, e depois revendidos ao público por preços exorbitantes (Gazeta de Notícias, 1923, p. 4).

Os lavradores se manifestaram, no entanto, a questão dos intermediários não fazia parte da pauta das reuniões dos órgãos responsáveis pelo comércio da região, e os lavradores foram perdendo força. Porém, falar dos acontecimentos no Mercado significava reclamar dos intermediários. O jornal Última hora publicou em 25 de janeiro de 1923, na página 3: “O Mercado de Madureira tornou-se um centro abastecedor dos intermediários”. Em maio de 1923, a manchete da página 2 de O Jornal foi: “Reclamações dos Lavradores do Districto Federal contra o Mercado de Madureira”, como, um memorial dirigido ao prefeito. As reclamações foram as mais diversas, desde problemas de higiene, reclamações que envolviam o gado que transportava a produção, e outras tantas. E as ações dos intermediários? Não estavam na pauta.

No ano de 1926, dois grupos com diferentes interesses e propósito igual tentaram transferir o Mercado de Madureira para Cascadura. Um primeiro grupo formado por alguns comerciantes e políticos justificava o pedido de transferência do Mercado alegando a possibilidade de tal fato gerar um desdobramento que possibilitaria uma reforma necessária da Estação do Magno, já que as obras na Linha Auxiliar da Central do Brasil estavam em andamento. Por questões políticas e para favorecer os lavradores de Jacarepaguá, um segundo grupo insistia na transferência do Mercado para Cascadura. Mas o prefeito, Antônio Prado Junior, foi pontual e “liquidou a situação, afirmando que “Madureira vai ter o seu mercado em breve” (O Jornal, 1926b, p.8). Entendemos que o mercado referido pelo prefeito era o Mercado de Madureira reformado com boxes e cobertura.

Em 1928, comerciantes oriundos do extinto mercado de Cascadura transferiram seus negócios para Madureira, engrossando o ponto comercial local. Neste contexto, uma obra de ampliação se fez necessária, mas isso só iria acontecer em 1929, “O prefeito Antônio Prado Junior manda construir na área

central do mercado um grande pavilhão de boxes" (MARTINS, 2009, p. 54). Assim, o local transformou-se em um espaço público por excelência.

Em março de 1930 o Correio da Manhã noticiou que a prefeitura havia aberto créditos para alguns mercados. Para o Mercado de Madureira, a quantia liberada era de 150:000$000 para conclusão das obras (1930a, p.2). Em agosto do mesmo ano, o mesmo jornal trazia uma reportagem o fim das obras no Mercado. Publicou também o que chamou de politicagem no recebimento de petições de locação das 94 bancas e barracas disponibilizadas. Questionou o critério de escolha dos comerciantes que ocupariam o espaço, já que foram cerca de 220 inscrições. O jornal também explicou que não acreditava que o prefeito soubesse das injustiças que estavam sendo cometidas. (1930, p. 4). Essa discussão não se desdobrou.

Alguns anos depois

> [...] após a eletrificação dos trens suburbanos, em 1937, consequente ao crescente volume de passageiros e ao de compradores circulantes no Mercado de Madureira, entre seta e Magno, pela Estrada Marechal Rangel e adjacentes, desenvolve-se amplo comércio lojista que, complementando o de alimentos já estabelecido, chegará aos anos de 1970 na condição de segundo maior polo comercial da Cidade do Rio de Janeiro. (Martins, 2009, p. 59)

Neste contexto, a ampliação do comércio de Madureira e o consequente crescimento do volume de pessoas circulando pelo mercado justificaram a aprovação do projeto de ampliação e a modificação da área do Mercado de Madureira, por meio do Decreto nº. 6278 de 29 de agosto de 1938, que consta do Anuário Estatístico do Distrito Federal, de 1938, p. 516, inclusive com o anúncio das desapropriações necessárias.

Do início ao fim do ano de 1941 os mais diversos jornais apresentaram em suas manchetes reclamações que vinham se repetindo desde a feira de 1914. Em janeiro, a questão noticiada era a superlotação do Mercado de Madureira e o esvaziamento dos mercados de Campinho e de Cascadura. O jornal A Noite publicou uma extensa notícia com o título "É preciso zelar pelos subúrbios" (1941a, p.4). O mesmo jornal, em agosto, informou que o Mercado de Madureira seria fechado por quinze dias para obras, por problemas de saúde pública. Temporariamente o mercado funcionaria em Campinho (1941, p.2). O A Noite também noticiou que em 09 de setembro o Mercado seria reaberto todo remodelado (1941b, p.4). Também em janeiro, O Imparcial publicou matérias sobre a reabertura do Mercado. Ressaltou a presença de políticos incluindo o prefeito Henrique

Dodsworth. Deu ênfase às promessas do prefeito em relação a ampliação do Mercado, e dizia que ele teria colocado a culpa do atraso das reformas nas desapropriações que estavam em juízo (1941a, p.7). No dia seguinte, em notícia de título: “Faltam Mercados no Subúrbio” (1941b, p.2), O Imparcial comentou do atropelo dos mais de 800 agricultores matriculados no Mercado de Madureira devido as reformas.

Vale observar que as discussões sobre os três mercados, Madureira, Campinho e Cascadura, passavam pelo interesse dos proprietários de terras e imóveis que lutavam pela valorização dos seus bens. Um mercado por perto alterava positivamente o valor das propriedades. Mas a despeito de valores, o fato é que em 1941, os comerciantes do Mercado de Madureira trabalhavam em pé por quase 10 horas e o mercado ainda não tinha cobertura.

Algum tempo depois, durante os anos finais da Segunda Guerra Mundial, alguns tipos de alimentos estavam racionados e só estabelecimentos credenciados podiam vender a varejo, dentre os quais o Mercado de Madureira. Sobre esse período Martins escreveu:

> Muitas vezes os bondes cargueiros e caminhões não chegavam a ser descarregados, procedendo-se a venda diretamente deles, e a simples chegada do transporte provocava corridas e tumultos que agitavam o espaço frontal do mercado [...] em algumas ocasiões necessária a intervenção policial. (MARTINS, 2009, p. 61)

Com o fim da Guerra e o abastecimento no Distrito Federal regularizado, o comércio de Madureira avolumou-se. Em 1949, o Mercado Madureira recebeu uma nova reforma que incluiu a construção de um prédio de três pisos. Em pouco tempo, apesar dessa ampliação, ele já não dava conta da demanda e se apresentava em desordem.

1.2- De mercado popular de Madureira a Entreposto Mercado de Madureira do Rio de Janeiro.

Em meados dos anos 1950 o Brasil enfrentava uma grave crise no abastecimento de gêneros alimentícios, com a escassez de ofertas da cesta básica, feijão, açúcar, leite e pão, em especial na cidade do Rio de Janeiro, em São Paulo e Recife (IPEA, 2010, p. 53). A população cresceu e o aumento da demanda por

alimentos também. Esses fatores associados ao crescente número de veículos circulando nas cidades geraram uma necessidade urgente de reestruturação urbana em um momento que o Governo transferia recursos da agricultura para investir na indústria e na melhoria da infraestrutura urbana.

Em 1950, o Brasil tinha 51.944.397 milhões de habitantes. Em 1960, a população era de 70.992.343 milhões, dos quais 31 milhões no meio urbano. De acordo com dados do IBGE, dos anos de 1950 para os anos de 1960, o Rio de Janeiro passou de uma população de 2.377.451 para 3.3007.163 habitantes.[35]

Nesse contexto, em vários segmentos sociais, os debates sobre o aumento populacional e sobre o visível problema de abastecimento tomava vulto, pois era claro que existiam impedimentos na oferta de produtos agrícolas para o mercado interno, bem como na produção em si.

Os debates em busca de um diagnóstico do porquê do problema com abastecimento se organizaram basicamente em duas colocações: a questão do latifúndio improdutivo e as deficiências de infraestrutura. O acesso à terra, a urgência de políticas em prol de uma reforma agrária, a baixa produtividade, as precárias condições dos transportes e das vias no escoamento da produção, juntamente com as dificuldades do comércio por conta de atravessadores geraram um quadro crítico.

No final da década de 1950, tornou-se meta do Governo resolver o problema do abastecimento de gêneros alimentícios no Brasil. Neste contexto, o Presidente Juscelino Kubitscheck, em 1955, ofereceu apoio financeiro ao governo municipal no intuito de resolver questões de trânsito e, consequentemente facilitar a carga e descarga de produtos. Otimizar as vias de escoamento era uma das ações em prol da busca de soluções para a questão do abastecimento.

Segundo Martins:

> Prefeito do Distrito Federal, Francisco Lessa (1955-1956), aprovou o projeto de construção da Avenida Perimetral, no primeiro trecho ligando por pista elevada a Avenida Presidente Vargas ao Aeroporto Santos Dumont. Seguindo a este, vem Francisco Negrão de Lima (1956-1958), aprovando um Plano de Realizações a ser custeado por um Fundo Especial de Obras Públicas, que seria em parte constituído pela venda de terrenos urbanizados por decorrência das obras realizadas. [...] em Madureira ele dá início à construção do viaduto que mais tarde receberia seu nome. (2009. p. 65)

[35] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico. Site disponível nas referências.

Vale acrescentar que na década de 1950, devido ao crescente desenvolvimento industrial do país, observou-se um acentuado êxodo rural, o que gerou consequências pouco favoráveis para os grandes centros, como no caso da cidade do Rio de Janeiro. A perda de mão de obra rural gerou uma crise na produção de alimentos devido a um trabalho precário no campo por carência de modernização tecnológica. O descompasso no campo foi um fator que contribuiu de forma significativa para a crise do abastecimento das grandes cidades, junto com o crescimento desordenado da área urbana, dentre outros. Nesse contexto, no dia 22 de março de 1960, o Jornal do Brasil noticiava:

> Uma política para agricultura – é o fator reclamado por importantes setores da opinião pública nacional. Em recente mensagem ao Congresso Nacional, o Presidente da República anunciava que o acréscimo do quantum produzido pela agropecuária no decênio de 1950, foram apenas de 47% enquanto que o das atividades industriais ultrapassou os 85%. A política para agricultura, porém, deve-se revestir de um sistema de direção e contrôle que corrija os excessos de uma parte e a escassez que de outra parte se acentua. (1º cad. p. 11)

Na mesma publicação, o jornal afirma que, de acordo com o Relatório do Banco do Estado de São Paulo, referente ao período entre 1919 e 1958, a produção agrícola de subsistência cresceu em média 2,5% e a população brasileira, 2,3%, o que não trazia nenhuma segurança em termos de abastecimento dos produtos básicos. Frisa-se também que a deficiência na produção agrícola gera especulação e preços altos, sem contar que a má distribuição dos recursos financeiros para agricultura esbarra em influências políticas regionais. A matéria questiona a falta de oferta do café no mercado, sendo que esse é um gênero alimentício produzido em excesso. Pontua também a falta de atenção aos 30% de perdas na produção de cereais por falta de tecnologia no combate às pragas, bem como a deficiência nos transportes para escoar a mercadoria (Ibid.). Apesar do crescimento industrial, o país, nesse período, era carente de tecnologia na área agrícola, tanto de maquinário quanto de mão de obra especializada. Sem contar as questões de ordem política que eram um entrave ao desenvolvimento da área.

No que tange ao Rio de Janeiro e a já citada crise de abastecimento, o Governo brasileiro diagnosticou que os problemas estavam realmente ligados à dificuldade de transporte e de escoamento de produtos para Capital, como também na distribuição desordenada de mercadorias, e no já citado aumento populacional. Em busca de soluções para o problema, o Governo concentrou esforços na

construção de rodovias e viadutos, ou seja, atuou na busca de melhorias no trânsito para o melhor escoamento e distribuição dos produtos, e investiu na criação de novos espaços para o comércio de gêneros alimentícios. Mas a questão da propriedade da terra ainda continuou intocada, pois não podemos ignorar a forte representatividade ruralista os grandes proprietários de terra no legislativo[36]. Vale observar a exposição Charles C. Mueller:

> Dessa forma, a geração de excedentes de alimentos para garantir ao setor urbano-industrial em expansão um fluxo adequado de alimentos a preços razoáveis foi o objetivo primordial das minguadas ações do Estado voltadas para a agricultura. Percebia-se que uma evolução inadequada da oferta de alimentos, causando pressões ascendentes sobre os salários, prejudicaria a acumulação de capital, pondo em xeque a estratégia. Entretanto, preocupada com a modernização urbano-industrial, a área econômica do Governo voltava-se para a agricultura apenas em momentos de crise de abastecimento e, então com medidas de emergência. Não houve política consistente e duradoura de estímulo à modernização do setor. (1992, p. 67)

Para resolver os problemas de trânsito e, consequentemente facilitar a carga e descarga de produtos, algumas demolições e desapropriações se fizeram necessárias. Assim, o Governo alterou a rotina dos moradores da cidade do Rio de Janeiro, que para suprirem suas necessidades de alimentos contavam principalmente com o Mercado Municipal da Praça XV, o qual fazia parte de uma rede relacionamentos com o velho mercado de Madureira e o mercado da Rua Acre.

Em relação à construção das novas vias no Rio de Janeiro, o primeiro a sofrer com as mudanças foi justamente o Mercado Municipal da Praça XV, com 320 comerciantes. Desde a segunda metade da década de 1940, esses comerciantes sofriam com a deterioração do espaço interno do mercado e o saturamento da área de carga e descarga devido ao aumento do tráfego dessa região e o maior controle dos órgãos de trânsito em relação ao estacionamento de caminhões. A aprovação do projeto de construção da Perimetral inicialmente faria um corte transversal pela

[36] Não é nosso intuito desenvolver essa afirmativa, mas achamos valido observar tal questão. Sendo assim consideramos valido para enriquecimento da observação citar: "Também foi vital, no período, a transferência de recursos da agropecuária para o setor urbano-industrial em expansão. No início da década de 50, a agricultura tinha um peso relativo elevado na economia brasileira e eram reduzidas as alternativas de financiamento do desenvolvimento; na época, um Legislativo dominado por elementos com raízes no meio rural tornava impossível a passagem de leis criando instituições e instrumentos para a captação convencional de recursos para financiar o desenvolvimento (um imposto sobre a terra, por exemplo). Assim, a transferência de poupança do campo à cidade foi feita, essencialmente, mediante a manipulação de preços relativos consistentemente em desfavor das atividades rurais. Foi considerável a extração de recursos por esse mecanismo; entretanto, ele criou dificuldades para a agricultura numa época em que virtualmente inexistiam mecanismos de compensação". (MUELLER, 1992, p.67)

parte central do Mercado Municipal, no entanto os comerciantes receberam a notícia que o mercado seria totalmente entregue a Prefeitura em 14 de dezembro de 1957.

O que se observa é um distanciamento do poder público no que tange às necessidades fundamentais dos comerciantes. Desde pontos importantes como uma legislação mais especifica com base no direito urbano, que defina melhor os direitos dos comerciantes legalmente fixados nos mercados, a uma questão mais cotidiana como uma colaboração mais eficaz por parte da administração pública na retirada do lixo dos estabelecimentos comerciais, há uma ausência de ação efetiva para resolver os problemas.

Antes do final do ano, o Jornal a Cruz, em 14 de abril de 1957, lançou um apelo ao Presidente da República e ao Prefeito:

> Ninguém de bom senso se opõe a que o govêrno construa a Perimetral, cujo o plano visa servir à cidade e ao povo, proporcionando mais espaço transitável numa extensão de grande utilidade e fornecendo outros meios de circulação de produção, para melhor atender ao comércio e a indústria.
>
> A demolição do Mercado Municipal só poderá ser feita depois de erigido outro empório da mesma ou maior envergadura, com capacidade para atender à população com a mesma ou maior presteza. (1957, p. 7)

Mas o apelo não teve sucesso. Sendo assim, a solução veio da Associação de Mercados Municipais, na figura do seu Presidente Dr. Antônio Jorge Martins, que convocou uma assembleia para discutir a situação em busca de solução. A decisão foi que os comerciantes precisavam ficar livres dos aluguéis e de qualquer tipo de contrato e, para tal, seria preciso construir um Centro de Abastecimento no qual eles poderiam ser proprietários[37], o que foi feito. Compraram "o terreno da antiga fábrica de cigarros Veado em Benfica, nele construindo o Centro de Abastecimento do Estado da Guanabara – CADEG" (Martins, 2009, p. 66)[38].

No período das obras, muitos comerciantes ficaram sem suporte financeiro, com problemas para pagar mensalmente suas prestações, o que os levou a acordos com a Cooperativa Banco de Crédito Federal. No entanto, os problemas financeiros vinham de longa data e tinham raízes bem mais profundas, como a posse da terra e a ação de atravessadores no mercado. Para realçar essas questões vale ressaltar a notícia do jornal Última Hora, na sua edição de 21 de junho de 1951:

> Os Lavradores Pedem Socorro

[37] Ver Revista CADEG (2010, pp. 3-4)

[38] Realçamos que o Centro de Abastecimento só foi inaugurado em 1962.

> A zona rural envia ao mercado da Praça XV a média diária de 1 milhão e 500 mil quilos de produtos. O mercado de Madureira tem, por conta daquelas fazendas, um movimento mensal de 30 milhões de cruzeiros. Mas se estes números não crescem decorre o mal de uma situação singular. O fato é que os lavradores são arrendatários, posseiros ou simples ocupantes da terra, e não os verdadeiros donos, isto na proporção de 80%. Não trabalham portanto no que é deles. Vivem na incerteza (1951a, p. 3)

Nessa realidade, nem todos os comerciantes do Mercado Municipal aderiam a solução CADEG – Centro de Abastecimento da Guanabara -, alguns foram para o Mercado de São Sebastião, criado para substituir o antigo mercado da Rua Acre, que também foi demolido. A obra recebeu o apoio de D. Hélder Câmara e foi inaugurada em 1962 na Penha, bem próximo a Av. Brasil. Outros optaram pelo Mercado de Madureira.

Heliana C.Vargas (2001, p.238) em seus estudos sobre mercados populares, evidencia que no século XX, o crescimento demográfico e a industrialização provocaram várias mudanças nas cidades, dentre elas a descentralização ou periferiazação urbana. Esse fato é observável no caso da demolição do Mercado Municipal da Praça XV e da construção dos demais mercados nos bairros do subúrbio. No entanto, certos bairros ganharam uma centralidade frente a outras periferias, surgindo assim uma nova realidade de centro-periferia, como é o caso do bairro de Madureira em relação aos bairros circunvizinhos. Trata-se da oposição entre centro e periferia, normalmente com origem econômica e que ganha na realidade citada um outro contorno, mais complexo, que envolve questões sociopolíticas e culturais.

Nesse contexto, no Mercado de Madureira de meados de 1950, muitos eram os problemas de ordem prática. A carga e descarga dos produtos eram feitas em vias precárias, sem contar o aumento de veículos circulando no bairro dificultando a parada dos caminhões. As mercadorias ficavam expostas ao sol e a chuva, com isso se deterioravam mais rapidamente. Havia muitos caixotes e produtos empilhados, sem contar o excesso de lixo. Discutia-se a necessidade de reformas, dentre elas, uma melhor integração entre os bairros com um trânsito mais ágil. Precisavam desenvolver estratégias para estimular o comércio, por exemplo, através do apoio a construção do viaduto de Madureira.

Para que as obras do viaduto se concretizassem, o velho Mercado de Madureira precisava ser demolido e um novo mercado construído nas proximidades para receber os comerciantes e lavradores já locados no antigo Mercado. Mas

diferente dos comerciantes, a maioria dos lavradores que atuavam no local estavam de certa forma enraizados naquele lugar, acostumados com o seu fazer cotidiano. Nesta situação, pensamos o lugar como uma indicação de estabilidade, plenamente justificável pelas limitações financeiras e pela prática do lugar próprio, a despeito das possibilidades de articulação do lugar com a dinâmica do espaço[39]. Qualquer alteração no cotidiano era uma grande mudança, principalmente se considerarmos que muitos dos lavradores não tinham a propriedade da terra, consequentemente dispunham de pouco poder aquisitivo para adquirir um lugar no novo Mercado. Sem contar que muitos deles não chegavam a comercializar efetivamente seus produtos no recinto do Mercado, pois vendiam aos atravessadores, ou seja, não tinham a pratica do lidar com o público, a vivência da praça como os demais comerciantes.

Em 7 de abril de 1956, os comerciantes, em um total de 57, fundaram a Associação dos Locatários, Prepostos e Representantes do Mercado de Madureira – ALPREMM, sendo o seu primeiro Presidente Oreste Gomes Ribeiro (MARTINS, 2009, p. 68). O objetivo desta associação foi a defesa dos interesses dos comerciantes e o trabalho em prol de impedir a demolição do Mercado. Em um primeiro momento conseguiu-se a simpatia do prefeito Negrão de Lima, mas se aproximando o fim do mandato do então governante, a negociação caiu no esquecimento.

No que se refere à demolição do Mercado Municipal da Praça XV e do Mercado de Madureira, em 1955, José Pereira Ribeiro partiu da premissa de que os dois mercados trabalhavam articuladamente para atender a população do Distrito Federal, e assim propôs a construção de um grande mercado em Madureira. Um mercado próximo a um viaduto com fácil acesso às novas obras viárias, sem contar a fácil chegada pela ferrovia. Nesse momento, deu-se andamento ao projeto do viaduto para ligar a Avenida dos Italianos, em Rocha Miranda, à Estrada do Portela, unindo os dois lados da ferrovia. O viaduto de Madureira, que recebeu o nome de Negrão de Lima, foi inaugurado em 1958.

Construir um novo mercado nas proximidades do viaduto não foi uma articulação simples. Muitas incorporadoras recusaram a empreitada e alegaram dificuldade com o terreno alagadiço, sem contar os problemas com os vizinhos, por conta de terrenos não negociáveis, como no caso da área do Madureira Tênis

[39] Ver Michel de Certeau (1990, p. 201)

Clube. Mas a CIBRASIL – Companhia Brasileira de Financiamento Imobiliário, representada por Heitor Vinicius Silveira Grillo assumiu a tarefa. Depois de trabalhar em muitas modificações sobre um primeiro projeto, em 1957, começaram-se as obras do novo Mercado de Madureira (MARTINS, 2009, p. 68).

Os comerciantes e lavradores do antigo Mercado[40], ao receberem propostas de aquisição de boxes de alvenaria no novo Mercado, na sua maioria, recusaram-nas, apesar da oferta estar com preços reduzidos. Alguns não aceitaram na esperança de conseguir manter pelo menos parte do antigo mercado em pé, outros, por conta da expectativa que o governo apresentasse uma solução sem custos, devido ao baixo poder aquisitivo dos lavradores. O resultado foi a redução do número de boxes oferecidos. Somente 26 boxes foram negociados. Desta forma, o espaço foi ocupado por mais construções no formato de lojas, que foram oferecidas aos comerciantes do Mercado Municipal da Praça XV e da Rua Acre.

As dificuldades na aquisição dos boxes por parte dos lavradores do antigo Mercado de Madureira suscitam duas possibilidades: primeiro, havia o problema em relação a propriedade da terra, pois a maioria dos lavradores não eram donos do espaço que cultivavam, e em uma segunda proposição, a ação dos atravessadores que eram os que realmente ficavam com os lucros das vendas no Mercado. Essa questão gera uma indagação: podemos considerar o atravessador como sendo uma categoria de comerciante? Os jornais da década de 1950 apresentam os lavradores como uma categoria diferente da dos comerciantes, sem contar que algumas reportagens afirmam que os intermediários tinham documentos falsos que os identificavam como lavradores, ou seja, também não eram considerados comerciantes. Em relação aos atravessadores, o Correio da Manhã noticiou:

> Chegam sempre às primeiras horas da manhã quando os lavradores trazem sua mercadoria. A escassez de mão-de-obra faz com que o plantador prefira vender a mercadoria imediatamente se possível, e retornar ao serviço. [...] Os “atravessadores” em sua maioria, são falsos lavradores, e podem vender o artigo que comprou, dentro do mercado, ao preço que lhe convém. Esta situação está atingindo tais proporções que menos de 20% dos lavradores que vendem dentro do mercado de Madureira são de fato plantadores. (1951, p. 3)

Sendo assim, parece-nos que fazer comércio no Mercado de Madureira não era um determinante para se receber o nome de comerciante, pois o lavrador,

[40] No velho mercado de Madureira havia distinção entre comerciantes e lavradores. O lavrador, que vendia seus produtos diretamente ao consumidor, não era considerado comerciante.

mesmo que estivesse trabalhando no comércio do mercado era considerado lavrador e não comerciante, fazia parte de um grupo de menor poder aquisitivo e de menor influência. O intermediário, o conhecido atravessador, com uma condição financeira melhor do que a do lavrador, também não era comerciante, e a ele atribuíam a pecha de explorador, algumas vezes de falsário. Ao comerciante, considerado aparentemente um homem distinto e de maior condição financeira, cabia o comércio efetivo do Mercado e a liderança nas ações e decisões comunitárias.

Independente dos problemas com as vendas das lojas e dos boxes, a iniciativa privada dos comerciantes de Madureira para a construção do novo mercado agradou muito o Governo Federal, que naquele momento estava priorizando dar resolução às demandas da mudança da Capital para Brasília. A prova da simpatia verbalizada de Juscelino Kubitscheck em relação ao empreendimento veio através das facilidades criadas junto a burocracia. O habite-se do mercado foi rapidamente concedido.

Em 15 de novembro de 1959, os novos proprietários de lojas e boxes (de verduras) e a Companhia Telefônica Brasileira que ali instalou um posto telefônico moderno com 26 cabines, inclusive com a possibilidade de ligação internacional, foram convocados para organizar o condomínio e receber suas propriedades no Mercado de Madureira.

Em 18 de dezembro de 1959, ao meio-dia, foi inaugurado o Entreposto Mercado de Madureira do Rio de Janeiro, assim batizado, com a presença do Presidente da República, Juscelino Kubitscheck e de muitas autoridades de renome. Localizado na Rua Edgar Romero, onde permanece até hoje.

No dia da inauguração muitas lojas não tinham sido negociadas, muitos comerciantes ainda não tinham condições de abrir seus negócios por diversos motivos como a falta de mercadorias. As galerias do Mercado estavam permanentemente abertas, mas a despeito de mais questões, o empreendimento foi aplaudido principalmente pelo governo que fez questão de frisar repetidas vezes a importância da iniciativa privada. Alguns comerciantes e lavradores do antigo mercado conseguiram permanecer nas antigas instalações, ou pelo menos em parte delas por algum tempo, mas aos poucos tudo veio abaixo.

Este momento de transição foi muito tenso e toda essa movimentação em Madureira, por conta do viaduto e principalmente por conta do Mercado, foi

registrada nos jornais da época. Citaremos algumas reportagens no intuito de enriquecer os meandros das discussões em torno da construção do Mercado.

O Globo de 29 de março de 1957, na sua página 2, apresentou a seguinte manchete: “Desaparecimento do Mercado Municipal”. O conteúdo da matéria se compôs basicamente de uma entrevista com o Professor Heitor Grillo, um dos orientadores do projeto de construção da Perimetral. Em entrevista consonante com o momento em que os comerciantes do Mercado Municipal estavam sendo comunicados do fim dos seus contratos e da demolição do mercado em dezembro de 1957, o repórter perguntou ao entrevistado se a demolição do Mercado Municipal prejudicaria o abastecimento da cidade do Rio de Janeiro. O Professor respondeu que não haveriam prejuízos devido ao interesse de várias empresas na construção de mercados que viriam a substituir vantajosamente o Mercado Municipal

No que tange ao Entreposto Mercado de Madureira, Heitor Grillo valorizou a localização e afirmou que Madureira era “um dos bairros mais ricos e populosos do Distrito Federal”, ressaltando que o bairro, “com a próxima conclusão do novo viaduto, ficará em fácil comunicação com cerca de vinte dois bairros adjacentes e apenas a trinta minutos do centro da cidade” (GLOBO, 1957a, p, 2). Destacou também a boa localização em relação a vias, como a Rio-São Paulo, Rio-Petrópolis e das Bandeiras, o que facilitaria o recebimento de produtos oriundos de Minas Gerais, São Paulo, Estado do Rio e Distrito Federal, gerando, assim, uma consequente queda dos preços dos alimentos.

Quase dois meses depois, o mesmo jornal trazia a seguinte manchete: “Finalmente Será Atenuada a Crise de Abastecimento do Rio. Iniciadas as Obras do Majestoso Entreposto-Mercado em Madureira” (GLOBO, 1957b, p.7). A notícia teve grande repercussão. No texto da matéria encontramos informações como: o mercado teria 400 lojas, dispostas em dois pavimentos e nos andares superiores escritórios e apartamentos. Trabalharia com atacado e varejo, com capacidade de movimentar 4 milhões de quilos diários de mercadoria. Novamente, o que chamaram de esplêndida localização foi ressaltado, como também a construção do viaduto de Madureira (viaduto Negrão de Lima), que ao ligar Madureira com vários bairros do subúrbio aumentaria consideravelmente o público consumidor do Entreposto Mercado de Madureira, sem contar o fácil acesso dos produtores. A mesma matéria informava que na primeira semana de lançamento do empreendimento pela CIBRASIL, 40% das lojas já haviam sido vendidas. Observou

que os comerciantes do Mercado Municipal tinham preferência na compra das lojas, assim como os lavradores.

Quando a CIBRASIL e a C.E.M. apresentaram o projeto das obras do Entreposto Mercado de Madureira, o Prefeito Negrão de Lima declarou textualmente:

> Recebo com maior satisfação essa iniciativa, que vem auxiliar o abastecimento do Rio de Janeiro e minorar as dificuldades de alimentação do sacrificado povo carioca. De minha parte, tudo farei para que esta iniciativa se torne em breve, uma realidade (GLOBO, 1957, p.7).

Em vários outros momentos, o jornal O Globo trouxe reportagens e propagandas do empreendimento. Em 03 de junho de 1957 valorizou a facilidade de chegar ao Entreposto pela Estrada de Ferro Central do Brasil, e novamente comentou o excelente acesso por rodovias. A manchete de natureza propagandística era enorme. Tinha o seguinte título: “EIS PORQUE MADUREIRA é o CENTRO VITAL do abastecimento do Rio de Janeiro”, valendo ressaltar

> SITUAÇÃO PRIVILEGIADA DE RECEPTOR!
>
> Ferrovias: E. F. Central do Brasil e Linha Auxiliar.
>
> Rodovias: Rio-São Paulo, ligando o Entreposto Mercado com os maiores centros produtores do sul do país. Rio-Petrópolis-Teresópolis. Estrada do contorno da Guanabara- Ligação com Magé, Friburgo, Niterói e baixada fluminense. Antiga Rio-São Paulo - Contato direto com Campo Grande e Campinho, no cinturão verde do D. Federal.
>
> LOCALIZAÇÃO EXCEPCIONAL DE DISTRIBUIDOR!
>
> VIAS DE DISTRIBUIÇÃO - grande VIADUTO DE MADUREIRA comunicando com mais de 20 populosos bairros suburbanos, como Cascadura, Irajá, Penha, Rocha Miranda, Pavuna, Jacarepaguá e etc. AV. BRASIL - estrada Presidente Dutra - ligando com o centro da cidade em poucos minutos, e com bairros da Zona Norte e da Zona Sul. (GLOBO, 1957c, p. 13)

No ano seguinte, em julho de 1958, o Prefeito Sá Freire Alvim visitou as obras do mercado de Madureira, juntamente com uma comitiva de autoridades. Ele valorizou a iniciativa particular da CIBRASIL frente ao empreendimento, bem como na luta para resolver os problemas de abastecimento da Capital. Na mesma ocasião, o lavrador Manoel Gonçalves de Castro, membro da Cooperativa de Lavradores e Criadores de Campo Grande, em saudação ao prefeito em nome da classe, teria dito:

> Sou lavrador e terei aqui o meu lugar para venda dos meus produtos, bem como todos os meus companheiros. E não fora estar vendo com os meus

> próprios olhos, diria estar sonhando. Depois de uma vida sujeita aos mais precários meios de venda teremos em breve o mais moderno e confortável mercado. (GLOBO, 1958, p. 15)

No início de 1959, constava nos jornais, na parte de propaganda do empreendimento da CIBRASIL, que as últimas lojas do Mercado de Madureira estavam à venda no valor de Cr$865.000,00 sem reajustes. As condições de pagamento eram: "60% facilitado e 40% financiado em 5 anos" (GLOBO, 1959a, p. 17). No mesmo ano, em outra reportagem, quando da visita de autoridades[41], a fala corrente era que uma das principais finalidades do Mercado era "contribuir decisivamente para baixa de preços uma vez que permite o contato direto entre o produtor e o consumidor" (GLOBO, 1959b, p. 2). Nesta mesma ocasião, a Companhia Telefônica estava se preparando para instalar 26 cabines no local, tanto é que uma das autoridades presentes neste momento era o Gen. Landry Sales, Diretor da Companhia Telefônica. Nesse momento, também se dava atenção ao tratamento do esgoto, a limpeza, bem como ao compromisso junto a uma usina de separação de lixo que seria usado como adubo.

No mesmo ano, em 31 de outubro, o Jornal Luta Democrática noticiou a visita do Presidente da República Juscelino Kubitscheck[42] às obras do Entreposto Mercado em Madureira. Eles transcreveram uma fala atribuída ao Presidente: "Obras como esta entusiasmam o Governo e dão forças para que ele prossiga na árdua campanha que vem encentando, com o objetivo de melhorar as condições de vida do povo brasileiro" (1959a, p. 5). Na mesma matéria, este periódico também reforçou que a venda direta da produção, como das verduras, contribuiria decisivamente para o barateamento do custo de vida.

A inauguração do Mercado estava a princípio marcada para 15 de novembro de 1959. No entanto, a inauguração só aconteceu em 18 de dezembro de 1959, com a presença do Presidente Juscelino Kubitscheck, que de certa forma causou surpresa a todos, pois ele havia sinalizado com uma possível presença, mas sem confirmação. Muitos relatos falam do entusiasmo da população e do Presidente com

---

[41] As autoridades presentes nas obras em 05 de outubro de 1959 eram: o Prefeito do Distrito Federal Sá Freire Alvim, o Ministro da Agricultura Mário Meneghetti, o Presidente do Banco da Prefeitura Euclides Carvalho, o Presidente da COFAP Gen. Ururaí Magalhães, o Ministro Fontes Romero, o Vereador Levy Neves, o Secretário de Viação e Obras Mauro Viegas, o Secretário de Finanças da Prefeitura do Distrito Federal Nelson Mufarrei e o Gen. Landry Sales, Diretor da Companhia Telefônica. (GLOBO, 1959b, p. 2).

[42] Acompanhavam o Presidente da República o Deputado Ovídio de Abreu - Presidente da CIBRASIL, Professor Heitor Grillo – Superintendente da Cooperativa de Agricultores do Vale do Paraíba – Sr. Rodolfo Jungers. (Luta Democrática, 1959a, p.5)

a inauguração. O Sr. Ronaldo Martins, aqui já citado nos relatou sua vivência daquele dia:

> [...] eu sou testemunha ocular da inauguração daquele prédio. Eu tinha 16 para 17 anos, terminando o curso ginasial, 1959 justamente terminando o ginasial, nós garotos né, nós queríamos fazer algo para comemorar o colégio. [...] qual a nossa surpresa ao virar um corredor demos de cara com Juscelino. Aquela foto que ele está descendo a rampa, nós estávamos lá abaixo, da rampa paramos até para que a fotografia fosse feita. Quando ele nos viu muito simpático; ué! que vocês estão ai com a camisa toda rabiscada não sei o que ... e ele muito [expressão não audível]. Foi o último dia de aula nosso nós completamos o ginásio ali. Meus parabéns não sei o que parará pa pa; para mesmo um verdadeiro discurso de exaltação a gente ali naquele momento e apertou a mão de todo mundo. Nós brincamos que nem lavou a mão aquele dia. Se você considerar uma época em que a imagem do Presidente se não fosse no cinema era imagem estática aquilo foi uma marca. Bom isso eu posso dizer que ajudou a mim cristalizar aquele momento do mercado [...]. (Entrevista realizada em 20 mar 2014)

No dia da inauguração do Entreposto, o jornal O Globo reservou uma página de saudações a CIBRASIL pelo empreendimento, com direito a um desenho, que não chega a ser uma charge do Presidente da República cortando a fita inaugural.

O Globo só voltou a comentar o assunto no dia 29 do mesmo mês, devido a agitações por conta da demolição do restante do velho mercado de Madureira e pelas obras do viaduto (Negrão de Lima). Lavradores e comerciantes culpavam a administração do condomínio do Entreposto Mercado pela demolição. Na época, o responsável pelo condomínio, Sr. Fernando Robles, comentou da falta de entendimento dos agitadores, pois o fim do velho mercado era coisa certa no plano de urbanização da cidade, bem como a construção do viaduto. Boatos de ameaças contra os administradores foram espalhados, mas perante a situação o Sr. Robles, de acordo com o Globo disse: “Sei que aqueles comerciantes e lavradores são homens de bem, inteligentes, dignos e trabalhadores não se deixarão levar por agitadores que só poderão prejudicá-los” (1959c, p. 5), complementando que “Há lugar para todos no Entreposto Mercado de Madureira do Rio de Janeiro, sem sacrifício para as partes interessadas” (Ibid.).

Já o jornal Luta Democrática, só se pronunciou sobre a inauguração no dia 27 de dezembro. Em uma matéria de exaltação com frases do tipo “O carioca tem agora um mercado à altura de sua cidade” (1959b, p. 11) e, “Podemos mesmo afirmar que o Entreposto Mercado do Rio de Janeiro vem proporcionar condições favoráveis de preços ao comércio varejista, feirantes e povo” (Ibid.). Comenta sobre o posto telefônico e sobre a agência moderna do Banco da Prefeitura ali instalados, bem

como a presença de inúmeras cooperativas do Rio e de São Paulo. Neste contexto, um fato interessante pode ser observado. A reportagem citada demorou para ser publicada, exatamente onze dias após a inauguração, e nela não existiu nenhum comentário sobre a presença de Juscelino Kubitschek no evento. No entanto, outras autoridades foram citadas como o Prefeito Sá Freire Alvim. O que pudemos levantar é que Tenório Cavalcanti, Diretor responsável do jornal a Luta Democrática empreendeu com o Presidente da República um "combate político sem tréguas", e a título de exemplo, em 03 janeiro de 1958, escreveu no dito jornal, que Juscelino Kubitschek, no romper do novo ano "Revelou coragem inaudita ao avançar proposições eivadas de falsidade" (1958, p. 3), e assim por diante em longa matéria com críticas mordazes em várias frentes de atuação do governante. O fato é que estava inaugurado o novo Mercado de Madureira.

Vale colocar que no começo da década de 1960, o Brasil possuía uma agricultura com baixa produtividade e com tecnologia ultrapassada. Fortaleciam-se tendências políticas que contestavam os latifúndios improdutivos, colocando-os como barreiras ao desenvolvimento capitalista, pois os latifundiários investiam pouco e trabalhavam com uma tecnologia de baixa qualidade no trato com a terra. Sem contar os trabalhadores rurais sem-terra que não geravam renda (IPEA, 2010, 53). Em 1960

> [...] enquanto os estabelecimentos com menos de 10 hectares representavam 44,8% do número de estabelecimentos agropecuários registrados, mas apenas 2,2% de sua área total; os estabelecimentos com extensão superior a mil hectares correspondiam a apenas 1% do número de imóveis e abrangiam 44,1% da área rural total. [...] cultivando apenas dois terços desta área, contribuindo com somente 11,5% da produção e ocupando 7% da mão de obra rural ativa. (IPEA, 2010, p. 54 e 84)

Observamos que a modernização da agricultura no Brasil só se intensificou a partir de meados dos anos de 1960, tendo dentre seus objetivos uma maior produtividade agrícola e liberação de mão de obra para as indústrias.

1.3- Mercadão de Madureira: mercado popular varejista.

Em 1962, o governador Carlos Lacerda pediu a total desocupação do antigo mercado de Madureira, ordem que não foi acatada. Houve confronto entre comerciantes e policiais, e segundo relatos a polícia construiu barricadas para

confrontar os comerciantes. “O Carlos Lacerda exagerou, mandou a polícia militar botar uma mini metralhadora na porta [...] para forçar o pessoal” (informação verbal)[43]. A situação dos comerciantes e lavradores ficou crítica. Boatos de protestos e ameaças contra o condomínio do novo mercado foram relatados.

> O Nina Romero, deputado estadual, ele pondera com Carlos Lacerda, Governador o Sr. está arranjando uma revolução em Madureira, vai ter morte, aqueles que estão lá não tem onde trabalhar. Mas eles não têm o mercado? O mercado está todo ocupado, eles perderam o momento histórico deles, não tinham colocação ... (MARTINS, 2014).

No Entreposto Mercado, nesta época já apelidado de Mercadão, não havia mais espaço. As lojas e os boxes já tinham sofrido valorização de preço. Foi quando, “José Pereira Ribeiro e Antônio Pereira dos Santos, com o intuito de ajudar os comerciantes e lavradores do antigo mercado, propõem a CIBRASIL e ao Condomínio do Entreposto Mercado o encontro de uma alternativa” (MARTINS, 2009, p. 83). A solução encontrada foi a construção de um anexo ao Mercadão, com lojas menores para os comerciantes e para os lavradores que atuavam com vendas somente na primeira parte manhã (terminavam suas atividades em torno de 7 horas). Esses poderiam expor suas mercadorias na área interna destinada aos veículos e, assim comercializá-las e retirá-las após as vendas. A ideia criou muita confusão entre as pessoas envolvidas, tanto do Mercadão como do antigo mercado.

Após esse tumulto, mediadores conseguiram junto ao governo um tempo maior para desocupação do antigo mercado. O tempo concedido teve fim com a inauguração do anexo em 30 de abril de 1963. As obras foram financiadas pela Associação Comercial e pelo Estado. A extinção do velho mercado se deu no mesmo ano (MARTINS, 2009, pp. 82 - 84). Mais tarde, parte do terreno de suas antigas instalações foi concedido à Escola de Samba Império Serrano, que construiu lá sua quadra e assim permanece até os dias atuais. Os comerciantes que atuam hoje no Mercadão de Madureira o consideram continuidade do antigo.

Em meados da década de 1960, o Mercadão era um importante centro de distribuição de alimentos, trabalhava com atacado e varejo e muito contribuiu para que Madureira fosse um dos maiores centros comerciais do Estado da Guanabara. Nesse momento também crescia a movimentação cultural dentro do Mercado. Seus bares, sua arquitetura aberta e o horário de funcionamento praticamente contínuo

[43] Depoimento de Ronaldo Luiz Martins, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 21 abr. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

atraiu os compositores e sambistas do Império Serrano e da Portela, que saíam direto dos ensaios para as rodas de samba no Mercadão.

Em 1968, apesar desse cenário animador, o Governo que havia aplaudido a iniciativa privada na construção de novos mercados viabilizou uma forma de intervir no abastecimento do Estado Rio de Janeiro. Para tal, criou o SINAC – Sistema Nacional de Abastecimento, que alguns anos depois possibilitou a construção do CEASA/GB no bairro Irajá.

Em 16 de julho de 1972, o jornal O Globo, na sua página 12, trouxe a seguinte manchete: "O bairro da Portela e do Império é a 2ª arrecadação do Estado[44]" e no que se refere a abastecimento e comércio, relatou que o bairro não tinha problemas de abastecimento e fornecia produtos como verduras e frutas para Zona Sul e outros bairros, através do Mercadão da Edgar Romero.

> As três mil empresas existentes em Madureira colocam o bairro como segundo em importância na arrecadação do Estado. A distribuição do comércio local está: 60% de tecidos, 20% de eletrodomésticos e 20% de outros ramos, entre os quais seis supermercados. (Globo, 1972b, p. 12)

Foi neste quadro de prosperidade e contradições que os comerciantes de Madureira presenciaram a inauguração da

> Segunda maior Central de Abastecimento da América Latina [...], em Irajá, na Zona Norte do Rio. Desde o início de seu funcionamento, em 28 de agosto de 1974, a Unidade Grande Rio tem o papel estratégico de centralizar e coordenar a distribuição de gêneros hortigranjeiros e também é responsável por contribuir com a política de segurança alimentar e nutricional de todo o estado. (CEASA)[45]

Para sobreviver à implantação da CEASA, e ao comércio no modelo de supermercado intensificado neste período, principalmente nas grandes cidades, vide a rede Carrefour que implantou sua primeira loja no Brasil no ano de 1975, o Mercadão de Madureira gradativamente alterou seu perfil.

Nesse contexto, o crescimento do bairro de Madureira, não trouxe só bônus, as ruas ficaram pequenas para tanto movimento de pessoas e de veículos. O Mercadão logo sentiu este congestionamento, pois para construir o anexo, em 1963, foi necessário utilizar o espaço destinado ao estacionamento dos caminhões, que

[44] Nesse período o bairro de Madureira tinha uma grande carência de investimentos em infraestrutura urbana. "Com uma população de aproximadamente 300mil habitantes, três mil firmas comerciais, três shopping centers, o maior mercado da cidade, dezoito agências de bancos, dois cinemas, dois teatros, um clube de futebol da 1ª Divisão, duas escolas de samba, trinta e duas escolas primárias, vinte e quatro ginásios, uma escola normal, duas faculdades (Engenharia e Ciências Sociais), Madureira é um dos poucos bairros onde 120 ruas ainda estão por ser pavimentadas e onde ter esgoto é um privilégio de alguns. (GLOBO, 1972, p. 12)

[45] Site Institucional do CEASA. Disponível nas referências.

foram remanejados para rua Conselheiro Galvão e lá faziam longas filas. Nos anos de 1970, ocupar a rua com caminhões tornou-se um transtorno, o que levou muitos comerciantes a alugarem galpões de depósito em outras localidades.

Martins (2009, p. 89) comenta que foi uma jogada estratégica construir a CEASA na Avenida Brasil, no bairro Irajá, pois o acesso das fontes produtoras foi facilitado com o trânsito otimizado nas suas proximidades. Sem contar que os administradores, visando a atender os comerciantes de menor porte, procederam “a subdivisão de um de seus pavilhões em lojas de mais baixo custo, o qual viria por muito tempo ser apelidado como o “pavilhão do Mercado de Madureira” (ibid.).

Alguns comerciantes do Mercadão ficaram divididos entre os dois espaços e acabaram optando pelo CEASA. Outros trabalhavam com atacado no CEASA e com varejo no Mercadão, o que de certa forma também provocou mudanças, as quais pouco tempo depois foram irreversíveis. Muitos comerciantes colocaram suas lojas do Mercadão à venda o que resultou na desvalorização dos imóveis.

> Muitos agricultores já trocaram, entretanto, as feiras do interior do estado do Rio de janeiro pela CEASA [...] os compradores por sua vez, sobretudo os supermercados e seus enormes caminhões, preferem o maior espaço da CEASA às lojas estreitas do CADEG [...] O mercado de Madureira, que era um dos pontos centrais de venda por atacado, está praticamente transformado num mercado de varejo [...]. É que muitos vendedores já estão comprando mercadorias na CEASA para revender na CADEG ou em Madureira, acrescentando mais um estágio a desordenada formação de preços dos hortigranjeiros. (Jornal Opinião, 1975, p. 9)

Não podemos deixar de acrescentar que o Brasil em dezembro de 1975 apresentava uma inflação de 29,3% ao ano. Em dezembro de 1980, a inflação atingiu 110,2% ano, em 1985 chegou a 235%, com uma queda significativa em 1987, passando para 15%. Mas em 1988 e 1989, de forma assustadora chega a 1,037% e 1,782 % ano, respectivamente (MUNHOX, Dercio Garcia, 1997, p.61). Esse quadro inflacionário gerou muitas incertezas e contribuiu para alteração do perfil comercial do Mercadão.

Em meados da década de 1970, as alterações no condomínio do Mercado eram expressivas. A Associação Comercial do Entreposto mudou sua estrutura organizacional e assumiu o nome de Associação Comercial do Grande Mercado de Madureira (ACOGRAMM). Para administrar o condomínio, contou com uma “gama de idealistas comerciantes que nele permaneceram, acreditando ser possível o Mercadão retornar ao marco de brilhantismo, o que de fato ocorreu” (MARTINS,

2009, 90). A título de registro, na década de 1980, o embate entre o Mercadão e a CEASA vai ficar bem definido.

Em 30 de julho de 1978, o jornal O Globo volta a relatar a insatisfação dos moradores de Madureira em relação ao aumento do volume de pessoas e carros no bairro devido ao intenso comércio. A Manchete é “Madureira mudou, mas conserva velhos hábitos[46]”. A reportagem coloca o cotidiano do bairro como de um caos urbano, com muitas obras como as da Light, da Cetel e da Telerj. Um comércio composto de 2.000 estabelecimentos que ocupavam somente seis ruas. Cita também a reclamação dos moradores pela falta de espaço, com carros na calçada, congestionamento até na passarela sobre a ferrovia, sem contar o lixo que se acumulava. Atribuem à construção do Mercadão e do viaduto Negrão de Lima este cenário caótico. Choque entre o antigo e o novo[47]. A mesma temática se repete quase um ano depois, no O Globo de 18 de março de 1979 (página 14), - “Maior centro comercial do Rio paga preço alto pelo progresso. Moradores de Madureira querem espaços livres”.

Alguns moradores mais antigos de Madureira nos relataram que nesse período era habitual colocar as cadeiras na calçada para conversar com os vizinhos, cantar, tocar violão. Relataram também que quando começaram as obras para construção dos viadutos e das novas ruas tudo ficou tumultuado, não parecia o mesmo bairro, sem contar a poeira e o barulho. O Sr. João da Conceição[48] nos disse que se lembrava de ter medo de ficar no portão pela quantidade de “gente estranha” que andava por ali. Comentou ainda que tinha saudades do bairro da época que todo mundo se conhecia.

Os relatos do Sr. João e de outros moradores deixaram claro que pegar cadeiras e sentar nas calçadas para conversar era um ritual público habitual naquela região. Essa análise essa rotina aproxima o bairro de Madureira e os demais bairros da Baixada do Irajá de uma prática típica das cidades do interior do Brasil, a conversa de calçada, o que permitiu a perpetuação da memória do lugar pela

[46] “Madureira é o primeiro centro comercial da cidade, o primeiro em arrecadação de ICM e o maior valor locativo por metro quadrado. Tem cerca de dois mil estabelecimentos comerciais mais de 850 lojas de tecidos, confecções e eletrodomésticos, filiais de outras empresas existentes no Centro e na Zona Sul. O mercado é garantido por mais de um milhão de pessoas que ali circulam quase diariamente. [...] Com quase três quilômetros de extensão a Avenida Edgar Romero é a principal do bairro.” (GLOBO, 1978e, p. 22)

[47] Jornal O GLOBO (1978e, p. 22).

[48] João da Conceição: Aposentado, morador de Madureira desde de seu nascimento no ano 1945. Depoimento informal, concedido a Joanice de S. Vigorito. Rio de Janeiro (RJ), 11 abr.2014.

oralidade, pelas histórias contadas e trocadas. Esse perfil dos bairros da região Norte do Rio de Janeiro foi um ganho nas nossas pesquisas. Mais tarde a socialização cotidiana própria dos mercados vai ser potencializada no interior das instalações do Mercado de Madureira, ou seja, das calçadas para o Mercado, como nos disse o Sr. João da Conceição.

Na mesma época, o jornal O Globo começou a publicar reportagens sobre as religiões afro-brasileiras. Com as seguintes manchetes: “Candomblé na nossa música popular: a lei do retorno” (1973, p.9); “A Umbanda na parada de sucessos” (1977, p. 3); “Orixás & Santos – As pesquisas de um jesuíta sobre o catolicismo e a Umbanda” (1977, p.29) e, “Umbanda Síntese Religiosa do Século XX? (Uma série de reportagens com a mesma manchete) nos dias 8, 9, 10 e 11 de janeiro de 1978, nas páginas 1 e 5, 31, 35, 35, respectivamente. As publicações de O Globo não são soltas e nem despropositadas, estão ligadas a um momento particular do Brasil.

Até meados da década de 1970, as *Casas de Santo* das religiões afro-brasileiras eram consideradas “ilegais”, “proibidas”, mesmo as que eram registradas, o que é no mínimo incoerente. Em 1977, o Governo brasileiro liberou o culto afro-brasileiro, pois estava interessado em comercializar com os países africanos recém-independentes e tal atitude se mostrava positiva para os negócios, sem contar que as pesquisas diagnosticaram o crescente interesse dos turistas, principalmente os internacionais, pelas manifestações culturais de matriz africana no Brasil. Afinal, era politicamente estratégico demostrar boa vontade e buscar amenizar conflitos baseados em preconceitos. Tina Gudrun Jensen, identifica que após a liberação de culto

> o número de registros do Candomblé cresceu consideravelmente. Foram constituídas muitas novas federações do Candomblé e reorganizadas outras tantas da Umbanda e então incluídos nelas novos centros de Candomblé. [..] A nacionalização da Umbanda começou em 1964, quando ela foi incluída no censo estatístico e as festas da Umbanda entraram oficialmente nos calendários nacional e locais e nos guias turísticos. (2001, pp. 12- 13)

Vale observar que antes da liberação de culto, muitos *terreiros* de Candomblé se registravam como Umbanda, pois a perseguição policial era muito mais intensa sobre as Casas de Candomblé em comparação com as de Umbanda. Chegavam mesmo a fazer vista grossa às manifestações umbandista. Alguns pesquisadores justificam essa diferença na ação policial ao fato da Umbanda ter na sua prática o

sincretismo com o catolicismo, o que justificaria também uma frequência regular de membros da elite brasileira, inclusive políticos, aos cultos umbandistas

Como as religiões afro-brasileiras constroem seus ritos por “meios materiais e simbólicos” (DOS SANTOS, 2002, pp.37-39), nos quais o *axé* transmitido a objetos e a seres humanos é acumulado e partilhado (ibid.),[49] negociar objetos litúrgicos para essa frente era um filão ainda pouco explorado principalmente devido a preconceitos e perseguições. A partir da liberação dos cultos e do suposto fim das perseguições de origem religiosa, a empreitada se mostrou atraente.

> [...] em finais dos anos 70, um casal de comerciantes, preocupado com as dificuldades de seus negócios, buscou apoio espiritual em um templo de Umbanda. No convívio com os ritos lá praticados, notou o comerciante que uma larga faixa de produtos usuais nos cultos afro-brasileiros possuíam expressiva procura. Com esta certeza, gradativamente procedeu a troca de ramo, inicialmente vendendo pouca coisa como velas e defumadores. Ocorre que já de algum tempo, fiéis dessas religiões já compravam no Mercadão algumas ervas medicinais e ritualísticas que [...] haviam sido incorporadas nas hortas dos lavradores [...] esses fiéis buscavam também pequenos animais, que por sua demanda, já estavam sendo oferecidos nas características exigidas nesses cultos. (MARTINS, 2009, p. 99)

No contexto das questões já pontuadas, o Mercadão de Madureira entrou nos anos de 1980 como um grande mercado varejista, com inúmeras lojas dos mais diversos artigos, incluindo p comércio de artigos religiosos, lojas mais conhecidas pelo nome de Casas de Umbanda.

Ao entrevistar o Sr. Horácio Afonso, membro do departamento de marketing do Mercadão, proprietário de uma loja, que foi de seu pai, comentou sobre essas mudanças:

> Eu tô aqui desde criança, que meu pai é comerciante fundador [...] trabalhando com meu pai [...] e a gente presenciou as mudanças do Mercadão; as alterações, a evolução. Saiu os caminhões, inaugurou o CEASA. Começou a fomentar mais o ramo do varejo e o cliente foi se modificando né, foi vindo mais gente pra cá, porque o varejo traz mais gente. (Informação verbal)[50]

Nos anos de 1980, o jornal o Globo vai relatar em várias edições a mudança gradativa do perfil comercial do Mercadão.

> O Mercado de Madureira parece um Bazar da Pérsia mais sortido. Compre até pensamento, que o preço é abaixo da imaginação. Uma figa de guiné. Leite em pó. Vassouras. Camarão. Defumador. Farinha de mandioca. Peras e maçãs. Velas de sete dias. Bilhetes da Loteria Federal, da Loto e da

[49] Esta afirmativa foi desenvolvida nos próximos capítulos da tese.

[50] Depoimento de Horácio Afonso, entrevista concedida a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ) 08 abr.2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

> Loteria Esportiva. O que você imaginar vai encontrar no chamado Grande Mercado de Madureira. -"Verdureiro que mora perto só vende hortaliça fresca. A freguesia é certa e o lucro garante a vida" [Célia Regina Diniz – vendedora de verduras]. (GLOBO, 1982, p. 7)

Nesta mesma publicação comenta-se sobre um problema que acompanhou o mercado desde as primeiras décadas do século XX, o combate aos atravessadores. Nelson Prudente de Moraes[51] declarou que a Associação Comercial do Mercadão foi criada em 1956 "para combater os falsos lavradores ou atravessadores, como são mais conhecidos" (ibid.). A atuação dos intermediários ainda se mostrava perturbadora.

Em 1983, o Mercadão foi novamente manchete: "Preços disparam no Grande Mercado. Por quê? " (GLOBO, 1983c, p. 8). Nelson P. de Moraes colocou que as lojas que comercializavam legumes não tinham mais como concorrer com os preços da CEASA, pois não recebiam mais os produtos diretamente do produtor. Passaram a comprar na CEASA para vender em Madureira. Na mesma publicação se lê: "Em quase todas as lojas, os empregados e os donos fizeram questão de afirmar que os preços estavam "quase iguais" aos das feiras livres e culparam os "atravessadores e a CEASA por não poderem baixá-los mais" (Ibid.). O Sr. Manoel P. Félix, da loja 222/224 também colocou: "A loja que vendia diariamente 15 caixas de tomate e 10 caixas de cenouras passou a colocar oito e cinco, respectivamente" (Ibid.).

Dias depois, na edição de 15 de abril de 1983, para ser mais exata, o Chefe de Divisão de Mercado Atacadista da CEASA, Sr. Antônio Fernando Varela, se posicionou perante a fala de Nelson P. de Moraes. "A CEASA possibilita a comercialização no atacado, o que não acontece em Madureira, embora os gastos de manejo sejam idênticos". Segundo o Sr. Varela, os problemas do Mercadão eram muitos: estacionamento tumultuado e problemas na circulação interna do mercado que atrapalhava o manuseio da mercadoria (carga e descarga). Ele enfatizou que para piorar, o Mercadão não tinha condições de expansão. Referindo-se a CADEG, ao Mercado de São Sebastião, ao Mercado de Santo Cristo e ao Mercadão de Madureira, disse que um estudo minucioso havia sido feito sobre estes mercados e que os quatro juntos só comercializavam 288 mil toneladas do total anual do Rio de Janeiro e "em 1974 [ano de criação da CEASA], 62% da quantidade comercializada

[51] Presidente da Associação Comercial do Grande Mercado de Madureira de 1979-1983 e Síndico do Condomínio do Grande Mercado de Madureira em dois momentos: 1977-1983 e 1987 – 1997.

a nível de atacado", e continuou "Hoje [1983] só a CEASA é responsável por 75% desse mercado, com 325 atacadistas que comercializam 120 mil toneladas de produtos por mês" (GLOBO, 1983b, p.3).

Perante este cenário, o novo perfil do Mercadão de Madureira, um mercado atacadista e varejista, foi se confirmando. Mas resolver o problema do estacionamento, tanto para clientes como para carga e descarga era uma questão de urgência.

> Agora um grupo de comerciantes se reuniu e elaborou um projeto capaz, segundo eles, de resolver definitivamente o problema. Eles estão reivindicando a construção de um viaduto ou uma cancela na linha férrea, que vá desembocar em terreno da Light, situado na Rua Soares Caldeira, onde pretendem transformar em estacionamento (GLOBO, 1985, p.3)

Em 1986, esse problema estava agravado com o visível movimento intensificado na área do Mercadão. Cerca de 15 mil pessoas circulavam no espaço do mercado, sem contar os quase 400 caminhões (GLOBO, 1986a, p. 8).

Mas independente dos problemas, na mesma publicação do dia 12 de setembro de 1986, mais dois parágrafos nos chamaram a atenção. O primeiro trata do Mercadão como ponto de encontro da boemia sambista do subúrbio carioca. Comenta que os mais de 20 bares abertos a partir de 5 horas da manhã entravam a madrugada no ritmo do samba, com a velha guarda da Portela e do Império Serrano, "sambistas de todas as cores saem das noitadas de samba dos forrós e dos saraus diretamente para o papo do Mercadão, regado a cerveja geladíssima e um variado cardápio de tira-gosto" (ibid.). O outro parágrafo comenta o que se chamou de lado mágico do Mercadão. Comércio que se mostrava muito rendoso nas 20 lojas de artigos de Umbanda, "Qualquer cliente de cabeça feita sai de lá devidamente paramentado para qualquer tipo de cerimônia" (ibid.). Nesse período o Mercadão se reafirmava como ponto de encontro e de trocas socioculturais, e como comércio varejista aberto as novas tendências de mercado.

No entanto, o velho problema com estacionamento continuava, fato que observamos em outra publicação do mês de outubro. A matéria exibe uma solicitação do Detran, para que o Mercadão ficasse atento às irregularidades, no caso, carros de passeio estacionados na parte reservada para os caminhões. (GLOBO, 1986b, p. 4).

Até aqui observamos que o Mercadão sofreu mudanças significativas no seu perfil comercial, o que vem desde o seu momento feira. Conviveu com alguns

problemas que ficaram sem solução por décadas, como foi o caso da cobertura do mercado, o problema do estacionamento, os atravessadores e outros. O Mercadão sobreviveu à instabilidade da economia brasileira, seu entorno se alterou substancialmente, e a clientela mudou. Essas questões e outras que pontuaremos conferem a esse espaço um grau de importância diferenciada, próprio dos espaços socioculturais que dialogam com diversos grupos, se constroem no coletivo e no aprendizado das práticas cotidianas.

Mas a despeito de nossas considerações, em outubro de 1986, a manchete de O Globo era: “Grande Mercado em festa: 26 anos de bons serviços” e completa; “Só festa como se tudo estivesse bem” (ibid.).

Dentro do contexto de um país com uma inflação altíssima, os lojistas do Mercadão tiveram que se organizar com um baixo estoque de mercadorias a varejo devido ao preço elevado dos produtos no atacado. Sem contar que a clientela esperava encontrar no Mercado artigos com preços acessíveis. Os comerciantes tiveram uma queda na margem de lucros, por conta da inflação, do pequeno estoque mercadorias e pelos preços baixos de venda dos seus produtos. Para agravar essa realidade o crescimento do trabalho informal avançava nas redondezas e na calçada do Mercado.

Os ambulantes, vendiam as mercadorias por preços mais baixos e pareciam se multiplicar da noite para o dia. Retrato de uma população empobrecida, em um país com graves problemas econômicos que via no exercício do comércio informal, geralmente ilegal, uma das poucas formas de sobrevivência. Os ambulantes buscavam artigos fora do Brasil, geralmente oriundos do Paraguai, as mercadorias que entravam no território brasileiro sem pagamento dos impostos estabelecidos por lei.

No final da década de 1980 e durante boa parte da década de 1990, o comércio de rua foi considerado um problema. No Rio de Janeiro, os ambulantes não eram considerados trabalhadores, estavam na categoria dos desempregados, para alguns, vadios que depunham contra a ordem pública. Entre 1991 e 1998, o IBGE registrou os seguintes dados, que demonstram uma porcentagem constante dos trabalhadores atuando por conta própria.

Participação dos Trabalhadores por Conta Própria na Ocupação Total, por Região Metropolitana — 1991/98 - Rio de Janeiro			
Anos- Média	Anos- Média	Anos- Média	Anos- Média
1991- 21,96%	1992- 22,59 %	1993- 22,78 %	1994- 23,35 %
1995- 23,75 %	1996- 24,06%	1997- 24,95%	1998- 26,22 %

Gráfico 2- Participação dos Trabalhadores por Conta Própria na Ocupação Total, por Região Metropolitana — 1991/98 - Rio de Janeiro
Fontes: PME/IBGE e Ministério do Trabalho/IPEA (1999).[52]

Em 06 de setembro de 1983, o comércio de Madureira fechou as portas contra os camelôs. Passados dois anos o problema persistia e os prejuízos também. Em 23 de agosto de 1985, na sua página 06, a manchete do O Globo - Jornais de Bairro – Madureira, foi: “Camelôs, um mal que não se combate com promessas”. Nesta edição os comerciantes reclamaram da falta de fiscalização. Os ambulantes se manifestaram contra a discriminação e o preconceito. Alguns moradores, informalmente nos relataram que era impossível caminhar pelas calçadas do bairro, principalmente em frente ao Mercadão, pois estavam ocupadas pelos ambulantes.

No final do mês de agosto de 1987, mais precisamente no dia 20, tomaram posse os novos administradores do Grande Mercado de Madureira. Para presidir a Associação Comercial, elegeu-se o Sr. Artur Leite. Como, síndico do Condomínio o Sr. Nelson Prudente de Moraes e como síndico do anexo o Sr. Manoel Glórias Batista. A proposta era de renovação e de obras, e principalmente resolver a questão do estacionamento. Nesta ocasião o mercado tinha 650 lojas abertas.

Quando a inflação bateu 1.037% no ano de 1988 e 1.782% em 1989, as lojas de artigos religiosos foram um diferencial no comércio do Mercado. Em janeiro de 1988, na sua página 10, O Globo já noticiava: “Fé sustenta lojas de umbanda em tempo de crise”. O jornal também comentou que trabalhar com o varejo havia sido providencial. Em conversas com Sr. Ronaldo, com a Sr.ª Sheila (do marketing) e

[52] No caso dos ambulantes Melo e Telles informam que “(...)para os anos 90, o avanço das atividades ligadas à economia informal não se apresenta mais como fenômeno transitório na sociedade brasileira, mas como fato comprovado empiricamente para as principais regiões metropolitanas. Analisando o comércio ambulante, fica nítida a tendência da economia do Rio de Janeiro de continuar sofrendo um lento processo de esvaziamento econômico: a população economicamente ativa (PEA) e a população ocupada (PO) regional tiveram as menores taxas de expansão de todas as regiões metropolitanas, enquanto a participação dos ambulantes teve crescimento positivo. A relação destes últimos com a PEA apresenta a segunda trajetória mais expressiva da economia metropolitana nacional. Assim, pode-se concluir que o Rio de Janeiro se mantém na rota de precarização das relações de trabalho” (MELO, Hildete Pereira, TELES, Jorge Luiz, 2000)

com o Sr. Horácio[53], constatamos que a venda casada foi muito significativa neste momento, pois quem comprava um alguidar, por exemplo, também adquiria a vela, o feijão fradinho, o azeite de dendê, a galinha, o tecido, desta forma comprando em várias lojas, sem contar o lanche da tarde, o café da manhã, o brinquedo para o filho, o material escolar, a verdura para o almoço, as ervas para o banho e assim por diante.

"Freguês não paga pelo luxo", o Mercadão entrava nos anos noventa. O síndico Nelson P. de Moraes declarou ao jornal O Globo: "O mercado ainda mantém sua tradição: os preços são variados. Assim ele continua tendo a preferência de muita gente-diz" (1992a, p. 23). Acrescentando que o Anexo também se tornou importante durante a crise, por conta de suas mercadorias frescas e baratas.

No segundo semestre de 1992, o conflito na área do estacionamento continuava sendo notícia. No início do mês de agosto, o Batalhão foi chamado para rebocar carros estacionados de forma irregular na Conselheiro Galvão. Já em dezembro do mesmo ano, a notícia era mais convidativa: "Receita simples com garantia de sucesso" e completava: "Com preços baixos e produtos difíceis de serem encontrados em outras lojas da cidade, o Mercadão de Madureira dribla crises a seis décadas" e mais; "Há quem diga que no Mercadão- como é conhecido- é possível comprar até asa de morcego" (GLOBO, 1992c, pp. 8- 9)

Os clientes se avolumaram, havia gente de toda parte, pessoas de outros estados e até do interior e até os camelôs se tornaram clientes. Os ambulantes vendiam artigos comprados no mercado de Madureira em outros pontos da cidade. "Quem não encontrar o que procura aqui não vai achar mais em lugar nenhum – diz o zelador de santo João Maurício de Oxalá chefe de um terreiro de Candomblé em campo Grande" (GLOBO, 1992c, pp. 8-9) contribuindo na identificação do Mercadão como referência na venda de artigos religiosos afro-brasileiros.

Em 1999 a administração do Mercadão investiu R$1milhão em reformas de infraestrutura e as festas de final de ano geraram uma boa renda. Mas em 15 de janeiro de 2000, depois de um sábado de intenso trabalho, no final do expediente as lojas do Mercado fecharam suas portas normalmente. No entanto, os comerciantes foram surpreendidos por um grande incêndio no interior do Mercado que começou por volta das 19 horas. Praticamente todo Mercado foi consumido pelas chamas.

[53] Depoimentos informais concedidos a Joanice de Souza Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 2014.

1.4- Mercado popular ou *shopping center*?

No livro comemorativo dos 50 anos do Mercado de Madureira, o autor Ronaldo L. Martins nomeia como Phenix um de seus capítulos. Olhando a história do Mercadão, parece-nos bastante apropriada tal denominação, pois de fato foi um renascer das cinzas.

"Ao início da noite, nada seria diferente dos demais sábados de seus últimos 10 anos, não fosse o aviso que as 19h50min chegava ao Quartel de Bombeiros de Campinho: fogo em lojas no interior do Mercadão de Madureira" (MARTINS, 2009, p. 106). Como já citado, era dia 15 de janeiro de 2000. As 20 horas os bombeiros já estavam no local e dois grandes problemas logo foram detectados: a falta de água e a propagação acelerada do incêndio por conta de muitos materiais inflamáveis no interior do Mercado.

> O grande Mercado de Madureira, conhecido com Mercadão, foi destruído por um incêndio que durou 14horas. O fogo que começou às 21h de anteontem, foi controlado às 11h de ontem, mas os trabalhos de rescaldo só devem terminar hoje. O combate às chamas envolveu mais de 200 homens da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros. Cerca de 220 famílias vizinhas ao prédio tiveram de deixar suas casas e passaram a madrugada na rua. [...] ainda não se sabe a causa do incêndio. (GLOBO, 2000a, p. 15)

O Jornal do Brasil em reportagem do 17 de janeiro, comenta sobre o prejuízo de R$30milhões e das mais de 20 mil pessoas sem emprego, acrescentando que o mercado era responsável por 40% dos impostos arrecadados no bairro, coloca que "R$ 1,2 milhão por mês – segundo o subprefeito de Madureira, Paulo de Tarso" (Jornal do Brasil, 2000, p.16). "O comerciante Renildo Silva de Miranda, Síndico do Mercadão, estima que o prejuízo seja entre R$10milhões e R$15milhões" (GLOBO, 2000a, p.15).

Foi um incêndio sem vítimas e sem feridos, mas muitos animais morreram; eles estavam no interior das instalações para serem negociados. Segundo A Folha de S. Paulo, na matéria de Daniela Pizzolato, que também registrou o incêndio: "A ONG (...) Fala, Bicho! Esteve no local recolhendo animais sobreviventes, principalmente cabritos. Ainda não se sabe o número de animais mortos, mas estima-se que havia cerca de mil bichos (...)" (2000). Na mesma reportagem noticiou que os animais eram destinados aos ritos de Umbanda e Candomblé, o que foi contestado pelo Sr. Ronaldo Martins em entrevista do dia 20 de abril de 2014. Ele nos disse que os animais não eram só para o rito das religiões afro-brasileiras,

também eram adquiridos por muitos restaurantes do Rio de Janeiro. Ele também registrou a morte de dois comerciantes que não resistiram emocionalmente aos prejuízos pela perda total dos seus negócios.

José C. Joaquim comenta que antes de aparecem as lojas de Umbanda no Mercadão o comércio de bichos já era intenso, pois não era uma prática vender animais abatidos. Fala que o povo vinha ao Mercado para comprar peru, cabrito, galinha e "saía puxando o peru por uma corta pelas ruas" (informação verbal)[54] , o que era normal, fazia parte do dia a dia. "Hoje se o povo encontrar alguém carregando nas costas um bode fala que é pro santo" (informação verbal)[55]. Ele diz que esta é uma cena cotidiana na realidade do Mercado, não só para atender aos *terreiros,* mas também aos restaurantes de toda cidade.

Nesse contexto, a venda de animais no Mercadão de Madureira está sempre em pauta junto aos grupos de proteção dos animais. De acordo com Sr. Ronaldo Martins (informação verbal)[56] é um eterno conflito. No incêndio que assolou o Mercadão no ano 2.000 houve acirramento das discussões, pois muitos animais morreram naquele dia. Em setembro de 2001, o jornal "O Grito do Bicho" publicou:

> MERCADÃO DE MADUREIRA: representamos junto ao Ministério Público Estadual em janeiro de 2000 e depois junto ao MP Federal, contra toda crueldade relacionada a alojamentos e manejo de animais no estabelecimento. Desde nossas denúncias, assistimos dois incêndios, sendo que em um deles resgatamos mais de 2.000 animais. Assinamos documento perante a justiça de guarda dos mesmos. Porém, como não temos abrigo contamos com a parceria inestimável da Suipa, que até hoje os alimenta e trata. Ambos inquéritos estão em andamento. (2001, p. 7)[57]

Nove anos depois, em 22 de maio de 2010, a Comissão de Defesa do Meio Ambiente da Assembleia Legislativa do Rio, prendeu três pessoas e apreendeu 70 animais vítimas de maus tratos (superlotação), no Mercadão de Madureira. Sr. Ronaldo concorda que é preciso estar atento para que os animais não sofram. Ele afirma que pessoas que não respeitam a vida devem ser punidas, mas que é necessário não generalizar para que a questão da morte dos animais não se torne uma forma de incentivo ao preconceito religioso. Ele também diz que a maior parte dos animais vendidos no Mercadão têm como compradores os restaurantes da

[54] Depoimento de José Carlos Joaquim, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora[Transcrição nossa].
[55] Ibid.
[56] Depoimento de Ronaldo Luiz Martins, concedido a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[57] Disponível em www.falabicho.org.br . Último acesso em 13 fev. 2015.

cidade do Rio de Janeiro, que incluem em seu cardápio pratos com carneiros, coelhos e aves diversas. Sendo assim, ele levanta uma indagação: “por qual motivo o foco da polêmica só recai sobre as *Casas de Santo*? ” (Informação verbal)[58]

Inferimos que tais posicionamentos se dão por desconhecimento da prática rituais dos *terreiros*. A falta de informação gera estranhamento e conclusões sem uma base mais fundamentada, sem contar a questão do preconceito histórico que as práticas religiosas afro-brasileiras sofrem há séculos no país[59]. Vale pontuar que o comércio de animais no Mercadão desde os anos 2000 sofre intenso controle tanto dos órgãos de proteção aos animais como da vigilância sanitária.

Retomando ao dia do incêndio, o prédio ao lado do Mercadão, com mais de 30 apartamentos, foi interditado por segurança e o mesmo aconteceu com os apartamentos que ficavam em cima do mercado. Os moradores tiveram autorização da Defesa Civil para subir um por vez aos apartamentos para pegar objetos. Segundo o coronel, seriam providenciados abrigos para os que não tivessem para onde ir. (Jornal do Brasil, 2000, p. 16)

A origem do incêndio, até o momento, segundo nossas pesquisas, é nebulosa. Na época, o presidente da Associação Comercial do Grande Mercado de Madureira, Artur Leite, teria dito que “acredita que o fogo tenha começado numa loja de material de limpeza na galeria H” (Jornal do Brasil, 2000, p.16). O Globo trouxe outra versão: as lojas de Umbanda tinham depósito clandestino de pólvora. Já um dos meus entrevistados que prefere não se identificar, falou que acreditava que o incêndio não teria sido acidental, e sim uma represália religiosa, dos extremistas do exército de Jesus, pois dias antes uma pessoa parou em frente a uma certa loja de Umbanda e teria dito: “vocês vão arder no fogo desse diabo”. O meu entrevistado diz que o fogo começou nessa loja.

Estiveram no local o prefeito da cidade do Rio de Janeiro, Luís Paulo Fernández Conde, o Ministro do Trabalho Francisco Oswaldo Neves Dornelles, que desde o primeiro momento ofereceu apoio aos lojistas e seus funcionários.

Já o Diário do Grande ABC, de 17 de janeiro de 2000, dirigiu seu foco aos funcionários que perderam seus empregos. Começa noticiando a negociação que

[58] Depoimento de Ronaldo Luiz Martins, concedido a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 21 abri. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[59] Discussões sobre a questão do preconceito histórico sofrido pelas religiões afro-brasileiras será assunto do capítulo IV.

aconteceria no dia seguinte, junto ao Ministro do Trabalho Francisco Dornelles, buscando a suspensão temporária dos contratos de trabalho dos empregados do mercado.

> Trabalham nas 650 lojas do mercado cerca de 6 mil pessoas, mas somente cerca de 80% deles têm carteira assinada e poderão ter os contratos suspensos até a reconstrução do prédio, prevista para junho. Até lá, os comerciantes trabalharão em uma feira que será montada no estacionamento do mercado. As negociações dos comerciantes com o poder público, no entanto, ainda não garantiram a sobrevivência de outros 15 mil trabalhadores que prestam serviços ao mercado. A solução para os 6 mil trabalhadores formais liberará os empregadores de pagarem salários e encargos trabalhistas, além de não terem que arcar com os custos da demissão dos funcionários. (Diário do ABC, 2000)

Outra questão levantada pelo Jornal do Brasil foi sobre roubos: “Pelo número de roubos no cofre a maioria dos lojistas escondia a féria do dia dentro das lojas. Eu por exemplo perdi R$ 10mil que estavam guardados na loja” (2000b, p.16)[60]. Em conversa recente com Sr. Ronaldo (informação verbal)[61], ele me contou que era habitual os lojistas deixarem seus pertences de valor como dinheiro e joias, no cofre das suas lojas. Contou-me também que os bombeiros colocaram os cofres que encontraram em meio ao incêndio enfileirados em um corredor, com identificação de onde foram encontrados, para que seus donos pudessem resgatá-los. No entanto, quando os cofres foram abertos, o contato com ar desfazia o papel moeda, e ouro estava derretido. Com isso, o prejuízo dos lojistas foi total.

Em abril de 2000, o Mercadão, ou o que restava dele foi assolado por um novo incêndio. Cerca de 20 lojas, do andar térreo, que não haviam sido totalmente destruídas em janeiro, foram consumidas nesse segundo momento. O comentário que correu solto pelo bairro foi que esse novo incêndio era criminoso. “Os bombeiros suspeitam que os incêndios sejam criminosos, provocados com o intuito de facilitar saques às lojas” (Jornal do Commercio, 2000).

Findado os incêndios, os engenheiros e os técnicos da Defesa Civil, fizeram a análise da construção e o laudo foi claro, o prédio do Mercadão tinha que ser demolido.

Duas grandes etapas tinham que ser cumpridas: negociar a construção de um novo Mercadão e alojar os comerciantes no período das obras. Para conseguir apoio

[60] Fala atribuída a Fátima Estephanio (dona de duas lojas no Mercadão).

[61] Depoimento informal de Ronaldo Luiz Martins, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), abril. 2014.

governamental para construção de um novo mercado o argumento usado foi a arrecadação de impostos, lembrando que o Mercadão era responsável por cerca de 40% do montante arrecadado no bairro Madureira. Outro argumento importante foi de natureza socioeconômica, e passava pelo número de famílias que dependiam direta ou indiretamente do comércio ali desenvolvido e se viram sem recursos. De acordo com Artur Leite eram mais de 20 mil empregos diretos e indiretos e o comércio do Mercadão gerava em torno de R$ 50 milhões por mês (Globo, 2000c, p. 4)

Enquanto as negociações aconteciam, os comerciantes foram arrumando locações provisórias. Uma parte alugou contêineres e se alojou no terreno ao lado, perto da Rua Conselheiro Galvão, outros, em pequenas galerias do bairro e no Mercado Têxtil de Madureira. Vale observar que o seguro do Mercadão não cobria o interior das lojas e seus estoques. Três meses depois muitos sofriam as consequências do prejuízo com a perda dos artigos que comercializavam, sem contar o conteúdo dos cofres.

Neste contexto, o Condomínio e a ACOGRAMM do Grande Mercado de Madureira, representados por Artur Leite, deram encaminhamento às negociações com a seguradora. O prefeito encaminhou “à Câmara de Vereadores um pedido de dotação de verbas emergenciais para atendimento aos custos iniciais de reconstrução do Mercadão de Madureira” (MARTINS, 2009, p. 110). A demolição e a limpeza do terreno estavam em processo quando “coube ao ministro Francisco Dornelles providenciar ações do Governo Federal para a minimização dos entraves burocráticos junto ao Instituto de Resseguros do Brasil e às Companhias Seguradoras” (ibid.).

> Solicitada pelo ministro uma audiência em Brasília com o presidente Fernando Henrique, nesta ocasião, ao abrir os trabalhos, dirigindo-se aos presentes este diria que: “A importância do Mercadão de Madureira era naquele momento afirmada pelo fato de, independentemente de suas posições políticas, presente à audiência estava praticamente toda a bancada legislativa federal do Estado do Rio de Janeiro”. (ibid.)

Logo depois a seguradora liberou o dinheiro. A apólice era de R$19 milhões, mas não sabemos ao certo quanto deste valor foi liberado. Segundo o Jornal do Brasil de 05 de outubro de 2001, página 15, a obra custou em torno de R$18 milhões, sendo que R$880 mil vieram do Estado, R$4 milhões do município e, o

restante do seguro. Estes gastos contrariaram todas as expectativas iniciais. O prefeito Luiz Paulo Conde ao visitar o prédio consumido pelas chamas teria afirmado que o Mercadão seria reconstruído e entregue até junho daquele ano e que os custos da recuperação seriam de R$3,2 milhões (GLOBO, 2000a, p.15). Em 05 de junho de 2000, as obras começaram. No dia seguinte à imprensa divulgou que o presidente da RioUrbe declarou que a obra ia consumir R$ 9 milhões, sendo necessário completar esta quantia em R$2 milhões, os quais seriam bancados pelos comerciantes do Mercadão (Jornal do Brasil, 2000).

Em 05 de outubro de 2001, o Mercadão foi reinaugurado. Moderno, mas mantendo a tradição, a qual foi defendida pontualmente quando da execução do projeto. Em um primeiro momento, por conta das novas exigências da construção civil, o edifício comercial teria uma estrutura de *shopping center*, o que não agradou os comerciantes que criticaram de forma contundente. Alegava-se “Como shopping center o Mercadão de Madureira seria apenas mais um, mas como mercado popular ele é único” (MARTINS, 2009, p.111).

No entanto, algumas exigências de segurança não puderam deixar de ser cumpridas, principalmente no que se refere à ventilação. O conforto dos clientes também foi levado em consideração, duas escadas rolantes e dois elevadores foram incluídos no projeto. Enfim, o problema do estacionamento foi resolvido, a laje superior foi preparada para receber veículos.

A imprensa divulgou o evento. A matéria de Eliane Azevedo apresentou que o “Centro Comercial de Madureira reabre com cara nova. O piso de granito, as escadas rolantes, o ar de limpeza e segurança, não deixam dúvidas: o Mercadão de Madureira virou shopping center” (Jornal do Brasil, 2001, p. 19). “Mais conforto no novo Mercadão – Complexo será reaberto hoje ao público preservando a tradição” (Jornal do Commércio, 2001). O Globo de 05 de outubro de 2001, trouxe uma reportagem intitulada “Mercadão de Madureira com jeito de shopping”. Na mesma matéria há uma declaração do presidente da Associação Comercial do Mercadão de Madureira, Artur Leite, e ele “garante que a aparência de shopping não influenciará nos preços. Segundo ele, o mercado continuará sendo popular, apenas tendo mais conforto e segurança”. (O Globo, 2001, p. 10)

Na inauguração compareceram muitos políticos e representantes da sociedade em geral, dentre eles a então deputada federal Laura Carneiro e o

Ministro do Trabalho, Francisco Dornelles, bem como o ex-prefeito Luiz Paulo Conde.

Consta do Diário Oficial da Cidade do Rio de Janeiro – Ano XXXII, nº 073 de 24 de abril de 2006, na sua página 3, o seguinte texto:

> O que se impôs como uma fatalidade aos comerciantes do Mercadão de Madureira, o incêndio que destruiu todas as suas instalações em janeiro de 2000, trouxe à tona de forma bem clara a solidariedade que sempre foi sua marca. Com a ajuda dos Governantes e da Comunidade ressurgiu como fênix das cinzas renovado e pronto a atender cada vez mais e melhor quem o procura. Por este motivo consideramos ser da maior importância a consagração de forma oficial do nome de ESTAÇÃO FERROVIÁRIA MERCADÃO DE MADUREIRA, respeitando a população local que assim escolheu, e homenageando a aqueles bravos empresários que tudo fazem, renovando- se a cada dia, para agradar a seus milhares de clientes. Face ao exposto, para a regularização do nome da mencionada estação, solicito a aprovação dos Nobres Colegas Parlamentares.

E lá está ele, o Mercadão de Madureira, ao lado da Estação Mercadão de Madureira.

1.5- Um Mercado comprometido com seu tempo

Nos últimos treze anos, o Mercadão alterou significativamente seus ramos de negócios. Hoje podemos observar que, além do crescimento das lojas especializadas em artigos religiosos, tanto em número, quanto em qualidade, há uma preocupação com a preservação e divulgação da cultura afro-brasileira na sua vasta expressão etnocultural de diversos grupos.

Andando por suas galerias, logo diagnosticamos que ali não existe mais um mercado de hortifruti. São poucas as lojas que oferecem esse tipo de produto. Alguns agricultores, migraram para produção de ervas medicinais, comestíveis e místicas e outros simplesmente mudaram de ramo. Dentro do mercado existe um espaço específico para comercialização desses produtos – o Mercadão da Ervas, com 23 boxes. O Mercado é famoso por toda cidade do Rio de Janeiro, inclusive sendo tema de monografias, artigos, principalmente nas áreas de botânica e química.

Vale observar que o comércio de frutas, verduras e legumes foi substituído pelas Casas de Umbanda[62], pelas lojas de festas e variedades, pelas lojas de bijuterias e artesanato, e outras tantas, que visualmente, mesmo com elevadores e escada rolante, nos remetem a mercados de rua, barulhentos e tumultuados.

> O imaginário da feira e do mercado é o da síntese produtiva, da preservação de elencos de objetos, da orientação de uso de certos objetos, locais para encomendas, espaços propícios aos encontros entre artistas/artesãos, intermediários, mercadores e consumidores. (LODY, Raul, 2003, p. 23)

O cotidiano se configurou carregado de ações necessárias próprias da nova realidade. Assim, a administração do Mercadão e seus comerciantes, no intuito de resolver problemas como os gastos excessivos de água, que consequentemente geravam contas de valores muito altos, e problemas com a circulação de ar, apostaram nas mudanças e criaram projetos de responsabilidade ambiental. Criaram um sistema de captação de água da chuva para uso nos sanitários. Um sistema de climatização do ar foi instalado através de serpentinas de alumínio com jatos de água por dutos para dentro do mercado. Começaram a receber pilhas, óleo e papelão em um trabalho de conscientização ambiental. O esgoto sanitário começou a ser tratado de forma sustentável (fossas, filtros anaeróbicos e transporte a vácuo). A higiene das instalações e a organização do espaço se tornaram prioridades. Ressaltamos que o Mercadão foi produto de um projeto ganhador do Prêmio Mérito Ambiental de 2009, oferecido pelo Museu e Biblioteca do Exército.

Outra frente de atuação é o denominado “Mercadão solidário”. A Sr.ª Sheila Reis, lojista e atuante no marketing, em abril de 2014, nos disse: “Nas chuvas lá de Friburgo nós recolhemos material aqui junto com a Globo, a Cruz Vermelha, fizemos um aparato muito grande. Nós conseguimos levar dois caminhões lotados de material de limpeza, higiene, água e roupa” (informação verbal).[63]

O Sr. Horácio Afonso fez questão de frisar que o

> Mercadão é isto que a gente conhece, de culturas que convergem pra cá, que é devido essa venda de artesanatos, as lojas de produtos religiosos,

[62] As lojas que comercializam artigos litúrgicos para atender as religiões afro-brasileiras são denominadas no Mercadão como Casas de Umbanda

[63] Depoimento de Sheila F. G. Reis, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 08 abr. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

> brinquedos, artesanato, as coisas vão fluindo naturalmente" (informação verbal).[64]

Já a Sr.ª Sheila, fez questão de ressaltar que: "Muitos artistas vêm aqui"[65]. Ela comenta que eles são clientes, compram de fato.

Na atualidade com 61 estabelecimentos, em um total de 98 lojas, que comercializam artigos religiosos utilizados nos ritos das *Casas de Santo*, o Mercadão se reafirmou enquanto lugar de encontros, espaço de rito, sendo conhecido no território nacional como Mercado de artigos religiosos afro-brasileiros.

Michel Certeau, em relação as práticas do dia-a-dia, afirma que as articulações entre "lugar e "espaço" nos levam a duas espécies de determinações:

> uma por objetos que seriam no fim de contas reduzíveis ao estar-ai de um morto, lei de um "lugar" (...) a outra , por operações que atribuídas a uma pedra, a uma árvore ou a um ser humano, especificam "espaços" pelas ações dos sujeitos históricos (parece que um movimento sempre condiciona a produção de um espaço e o associa a uma história) (...) o despertar dos objetos inertes (uma mesa, uma floresta, uma personagem do ambiente) que saindo de sua estabilidade, mudam o lugar onde jaziam na estranheza do seu próprio espaço (CERTEAU,1998).

É na dinâmica desse cotidiano que encontramos nossas discussões e centramos nossa pesquisa, no Mercadão que se reinventa e se renova todos os dias. No contexto desse movimento encontramos a Festa de Iemanjá, que acontece dentro do mercado, no mês de dezembro, envolvendo a comunidade religiosa de matriz africana da Zona Norte, Oeste, da Baixada Fluminense, do Rio de Janeiro. O Sr. Guaracy Coutinho de Oliveira, proprietário da Loja Cantinho do Boiadeiro, e um dos organizadores da festa, em entrevista nos disse que o Mercadão

> É um ponto de encontro dos religiosos da matriz africana e hoje nós temos nas lojas nós temos muitas coisas da cultura ,nós temos muita coisa ali da cultura afrodescendente, cultura afro-religiosa que é toda da matriz africana, então eu que vivo aqui [...] eu vivi muito esse movimento de religião que tem aqui dentro e esse misticismo que cerca o Mercadão porque o povo do Rio de Janeiro em geral gosta de vir é um ponto de encontro aqui no Mercadão porque é um local que eles se sentem bem principal esse pessoal afro-religioso. [...] A procura pela festa de Iemanjá é muito grande. [..] É uma força muito grande esse povo nosso da matriz africana.

O ponto de encontro dos fiéis das religiões afro-brasileiras, desde dezembro de 2003 organiza a Festa de Iemanjá do Mercadão de Madureira. Salientamos que

---

[64] Depoimento de Horácio Afonso, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 08 abr. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[65] REIS, Sheila F. G., op.cit.

em 2006, foi sancionado pelo prefeito César Maia, o Projeto de Lei nº 981, de autoria do vereador Átila Nunes, que “Institui no calendário oficial do Município do Rio de janeiro o Dia Iemanjá, a ser comemorado no dia 29 de dezembro de cada ano”[66]. Nesse dia a imagem de Iemanjá sai do Mercadão em carreata para praia de Copacabana. A festa é tema do nosso Capítulo IV.

Por fim, a história do Mercadão até aqui levantada se juntará nos próximos capítulos às discussões da nossa problemática, no afã de comprovar nossas hipóteses.

[66] Ofício GP/CM nº 707. 25 maio 2007. Cópia disponível no anexo 2.

Capítulo 2- Mercadão: mercado popular e mercado de artigos religiosos

Para uma análise comparativa do Mercadão em seu aspecto dual consideraremos as circunstâncias históricas e as características concretas de sua estrutura e processo. Estrutura aqui definida como sendo as relações entre grupos e, pessoas, e processo como as transformações que se dão nessas relações pelas interações humanas.[67] Vamos lidar com uma comparação que busca lidar com uma unidade de análise que salienta os grupos religiosos, a produção e comercialização local/regional sob múltiplas formas.

Nesse contexto, o Mercadão de Madureira, em uma visão dual, pode ser analisado através do método comparativo, por ter "suficientes pontos em comum pertencentes a uma mesma categoria"[68] e ao mesmo tempo por se distinguir de forma significativa de tal maneira que a comparação se torna eficaz,[69] - variações próprias do objeto sociocultural.

Partimos do princípio que o Mercadão, além de um espaço de intenso comércio, é também um lugar de trocas socioculturais que oportuniza o diálogo entre os domínios do sagrado e do profano. O Mercado que ao comercializar materiais litúrgicos para as religiões afro-brasileiras, entra em contato com os *terreiros,* e participa ativamente do processo de construção dos ritos, e assim se transforma em espaço sagrado extenso desses *terreiros*. Essa afirmação é observável por meio do ato de comprar ritualizado dos *filhos de santo*, da perpetuação dos mitos que envolvem os mercados em geral, das trocas de conhecimento religioso entre os *filhos de santo* que se dão no recinto do Mercado e, pela produção e realização da Festa de Iemanjá.

Roberto Damatta, ao se referir a relação entre a casa e a rua, afirma que: "Não somos efetivamente capazes de projetar a casa na rua de modo sistemático e coerente, a não ser quando recriamos no espaço público o mesmo ambiente caseiro e familiar" (1997, p. 12). No âmbito das nossas discussões, consideraremos a rua/espaço público referido por Damatta como sendo o Mercadão de Madureira.

[67] Ver TILLY, Charles (1984)
[68] Id. (1984, p.56)
[69] Ibid.

Inferimos que os *filhos de santo, ao* construírem no interior do Mercado um ambiente familiar e acolhedor, a ponto de considerá-lo *nosso* mercado*,* projetaram a *Casa de Santo* nesse espaço. Isso se deu pela observância sistemática das normas e regras do fazer religioso, pelo ato de comprar ritualizado e orientado*,* pelo constante convívio social e pelas trocas socioculturais*.*

Outro ponto das considerações de Damatta que queremos ressaltar é o entendimento que as relações entre a rua e a casa acontecem em um processo dinâmico e relativo, ou seja, um espaço toca o outro em um processo de transformação mútua.

> [...] não se pode falar de casa sem mencionar o seu espaço gêmeo, a rua. Mas é preciso notar também que a oposição casa/rua tem aspectos complexos. É uma oposição que nada tem de estática e de absoluta. Ao contrário, é dinâmica e relativa porque, na dramaticidade dos espaços brasileiros, rua e casa se reproduzem mutuamente, posto que há espaços na rua que podem ser fechados ou apropriados por um grupo, categoria social ou pessoas, tornando-se sua "casa", ou seu "ponto". [...] a rua pode ter locais ocupados permanentemente por categorias sociais que ali "vivem" como "se estivessem em casa", conforme salientamos em linguagem corrente. (DAMATTA, 1997, p. 39)

Nesse contexto, compreendemos o Mercadão como um mercado reconhecido pelos *filhos de santo* como “nosso mercado”, um mercado diferenciado por abrigar mais de 61 estabelecimentos que comercializam artigos religiosos que atendem as demandas das cerimônias afro-brasileiras, um lugar religioso para o *povo do santo* quando da realização da festa de Iemanjá que há mais de uma década acontece ali, no dia 29 de dezembro e também por participar dos momentos rituais da pedagogia iniciática do comprar no mercado; ser um Mercado que oportuniza aos pesquisadores analisar o processo histórico de perpetuação dos mitos, de construção dos ritos e das festas religiosas, referentes ao universo cosmogônico das religiões afro-brasileiras no diálogo entre o Mercadão e os *terreiros.* Destacamos ainda que o Mercado é reconhecido no meio acadêmico como espaço que colabora de forma significativa para preservação do patrimônio histórico-cultural das religiões afro-brasileiras, sendo um Mercado popular, um Patrimônio Cultural Imaterial Carioca, por fim por ser um conjunto de lojas no formato de condomínio, com direção administrativa eleita pelos condôminos, comércio popular ligado a economia capital, que aplica a lei da oferta e da procura em um comércio diversificado que vai da papelaria as lojas de artigos religiosos. Por tudo, vemos dois mercados em um mesmo espaço, com pontos de interseção que se constroem pela interação do

religioso com o comercial. As religiões afro-brasileiras estruturalmente estão ligadas ao mercado, à aquisição de bens simbólicos.

Assim, ao situarmos o Mercadão de Madureira nos domínios do sagrado e do profano, nas relações de preservação da cultura material e simbólica das religiões afro-brasileiras e, nas trocas comerciais e socioculturais que acontecem no Mercado, nós nos deparamos com várias indagações. Como os comerciantes das lojas de artigos religiosos compreendem o processo de aquisição e venda dos produtos enquanto ações que dialogam com a tradição e com os ritos de religiões como o Candomblé e a Umbanda? Como os lojistas se comportam em relação ao sagrado? Quais as dimensões socioculturais e comerciais do consumo no espaço do Mercado? Outros questionamentos esbarram no conceito de fronteira e no rito em si.

No encaminhamento das discussões, nossa primeira indagação é sobre a natureza do Mercado. Mercadão, mercado popular de Madureira e/ou mercado de artigos religiosos afro-brasileiros?

Primeiramente, os administradores do Mercadão fazem questão de não enfatizar uma imagem do Mercado ligada ao comércio religioso. Pelo contrário, vendem uma imagem de mercado popular com preços acessíveis a um grupo de pessoas de menor poder aquisitivo, vendo-o como um espaço democrático, tradicionalmente um ponto de encontro de várias comunidades, principalmente as das Zonas Norte e Oeste do Rio de Janeiro[70].

Ser um mercado nacionalmente conhecido como mercado de produtos religiosos, é segundo José C. Joaquim (informação verbal)[71], uma realidade que com certeza se alterará quando essa demanda comercial deixar de ser lucrativa. Ele lembra que esse tipo de comércio começou a ser interessante no final da década de 1970 e continua até a atualidade, mas nada impede que o Mercadão ganhe outras características, mude de perfil.

> Pode ser que daqui a 20, 30 anos pela própria questão do Mercado ele possa deixar de ser essa referência. Mas o que vai continuar sendo referência é a questão social, a convergência das várias tribos, das várias maneiras de pensar. Eu sempre falo que o Mercado é um lugar democrático, de tolerância e respeito. (Informação verbal)[72]

[70] A afirmativa ficou bastante evidenciada nas várias conversas com os dirigentes do marketing Sheila e Horácio [2014]

[71] Depoimento de José Carlos Joaquim, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[72] Ibid.

Ele nos lembra que o Mercado já foi forte no comércio de hortifrutigranjeiros e hoje esses artigos são de pouca expressividade no comércio interno. Não descarta, e até ressalta o Mercadão como espaço cultural, mas faz questão de pontuar que essa ideia de cultura se dá de forma ampla, ou seja, sem vincular essa questão à religiosidade. Pontua que nesse tipo de comércio não podemos privilegiar nenhum grupo, afinal é um mercado para todos.

A fala de José Joaquim está em comunhão com as colocações dos dirigentes do marketing, Horácio Afonso e Sheila Reis. Observamos que não há por parte de nenhum deles uma associação da permanência por quase 40 anos desse nicho crescente de comércio religioso no Mercado com o número grande adeptos e simpatizantes das religiões afro-brasileiras fixados na região. A preocupação dos dirigentes era ressaltar o espaço do Mercado como um espaço de todos, -daí a noção de democrático ampliada ao Mercado.

Os lojistas das Casas de Umbanda e dos boxes das ervas apostam no perfil religioso como fator diferenciador e potente do Mercadão. Eles se apoiam no grande número de *filhos de santo* que diariamente circulam pelo Mercado. A comerciante Fátima Esthephanio (informação verbal),[73] do Mercadão de ervas, diz que ela tem muitos clientes são muitos porque são muitos os *terreiros* das regiões Norte, Oeste e da Baixada Fluminense, sem contar os clientes e os "curiosos" (simpatizantes). O comércio religioso do Mercadão, considerando apenas as regiões citadas, tem entre seus clientes um universo de mais de 150.000 pessoas entre adeptos e simpatizantes das religiões afro-brasileiras, o que corresponde aproximadamente a 80% dos frequentadores dos 847 terreiros registrados no Estado do Rio de Janeiro[74].

Os fiéis encontram no Mercadão o conforto das instalações bem cuidadas, diversos produtos industrializados e artesanais distribuídos por várias lojas concentradas em um único espaço comercial, o que é um diferencial, pois permiti articular as exigências dos rituais com as ofertas variadas, tanto no preço quanto na qualidade. No Mercado os *filhos de santo* se socializam com outros *terreiros*, se informam sobre as festas e sobre os eventos sociais e religiosos. Têm contato com as novas tendências estéticas relativas a roupas e adereços, o que desencadeia

[73] Depoimento de Fátima Estephanio, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa]. A Srª Fátima é proprietária do box 22 e também do box 29 no Mercadão das ervas.

[74] (FONSECA, GIACOMINI, 2013, p. 93). Dado já apresentado na introdução.

discussões a respeito de aceitação ou não das novidades nesses quesitos tendo como parâmetros de aproximação ou de distanciamento a tradição religiosa.

Sobre o Mercadão de Madureira, pode-se afirmar que

> Estão reunidas aí as diferentes tradições religiosas afro-brasileiras. Aí são divulgadas as festas; comprados os requisitos dos atos litúrgicos; trocadas as informações relativas à distribuição social do conhecimento pertinente ao universo do culto. Através desses processos são estabelecidas, consolidadas ou abaladas reputações sacerdotais: eles podem conferir ou recusar legitimidade e prestígio. Em suma, o mercado cumpre o papel crucial no próprio processo de socialização das diversas categorias de pessoas que fazem parte do povo-de-santo. (VOGEL, MELLO e BARROS, s/d, p.4)

Os fiéis acreditam que o Mercadão dá oportunidade para as religiões afro-brasileiras de ocuparem um espaço de boa visibilidade no cenário da cidade do Rio de Janeiro. Faz parte do cotidiano ouvir o *povo do santo* se referindo ao Mercadão como sendo o *nosso shopping*[75]. Atribui-se assim, ao Mercado um caráter de lugar de encontros.

Pontuamos que assuntos referentes a discussões sobre lazer, política, religião, economia e cultura fazem parte dos diálogos feitos no Mercado, das trocas de experiências vividas no seu recinto pelos mais diversos grupos sociais. As dinâmicas das vivências construídas no Mercadão nos permitem análises das relações que lá se constroem dentro da categoria de “fatos sociais totais”, segundo a concepção de Marcel Mauss:

> [...] exprimem-se, de uma só vez, as mais diversas instituições religiosas, jurídicas e morais – estas sendo políticas e familiares ao mesmo tempo -; econômicas – estas supondo formas particulares da produção e do consumo, ou melhor, do fornecimento e da distribuição -; sem contar, os fenômenos estéticos em que resultam esses fatos e os fenômenos morfológicos que estas instituições manifestam, (2003, p. 187)

Assim, para pensar o Mercadão e a complexidade das trocas socioculturais e econômicas que se dão no seu interior incluindo seus reflexos externos, dentro da categoria de “fatos sociais totais”, nos interessa-nos entrelaçar às discussões o conceito de fronteira de Pesavento (2002, p.35). Para ela, fronteira não é um marco físico ou natural, mas um marco simbólico, uma referência mental que nos conduz a uma dada percepção da realidade. Ela afirma que por meio dos sinais (símbolos e significados) os homens se reconhecem, se qualificam e, percebem a sociedade, o

[75] Nesse caso, no entendimento de *shopping* como espaço de encontros, de lazer e trocas socioculturais, em um distanciamento da ideia de *shopping* como local de comércio no modelo que abriga grandes lojas de departamento ou do comércio de marcas famosas.

espaço e o próprio tempo. Propõe ainda a ideia de um mundo paralelo de sinais. E completa que

> as fronteiras são, sobretudo, culturais, ou seja, são construções de sentido, fazendo parte do jogo social das representações que estabelece classificações, hierarquias, limites, guiando o olhar e a apreciação sobre o mundo. (PESAVENTO, 2002, p. 36)

Ao compreendermos fronteiras como construções culturais em um corpo simbólico, num determinado espaço social, em um dado tempo, podemos dizer que as fronteiras entre o mercado sagrado e o mercado profano vivenciadas no Mercadão de Madureira são constantemente remarcadas, pois além da tradição religiosa, elas estão sujeitas às leis de mercado e à economia, aos mecanismos de consumo, como também às adaptações rituais ligadas à própria oferta de produtos, aos gostos pessoais dos chefes dos *terreiros* e, às solicitações das divindades e entidades. Percebemos as fronteiras não como limites, mas como lugar de diálogo, de comunicação, de trocas culturais que, por meio de um contato ímpar entre grupos sociais e culturas permite o aflorar do novo[76]. "Fronteiras culturais nos remetem à vivência, às socialidades, às formas de pensar intercambiáveis, aos *ethos*, valores significados contidos nas coisas, palavras gestos, ritos, comportamentos e ideias" (ibid.).

Mas, indiscutivelmente o Mercadão de Madureira é um espaço de comércio, consequentemente de consumo. Na nossa percepção, trata-se de consumo centrado nos processos de reprodução social e cultural, e nos mecanismos que a sociedade utiliza para estabelecer sua organização estrutural, em negação a ideia de um Mercadão apenas como espaço de consumo meramente utilitarista que busca satisfazer as necessidades de sobrevivência humana e só cumprir o papel de alimentar o circuito de produção e venda.

2.1- Mercadão: "espaço de consumo" e "lugar de consumo religioso"

Para pensar o Mercadão em suas relações com o consumo, direcionamos nosso foco para os aspectos social, comunicativo, cultural e simbólico, sendo-os no âmbito da construção de identidades individuais e coletivas, da manutenção de

[76] Ver PESAVENTO (2002, pp. 36- 37)

tradições, da satisfação de necessidades básicas e supérfluas, do prazer do consumo e da convivência cidadã de sujeitos cientes dos seus direitos e deveres. Assim, para além das definições de consumo disponíveis nos dicionários de economia e da língua portuguesa[77], as mais diversas áreas do conhecimento desenvolveram teorias sobre consumo, consumismo e sociedade de consumo. Sendo que as discussões a respeito das dimensões do consumo não ficaram exclusivamente no campo da economia, ressaltamos que elas também se deram no campo da História, da Sociologia, da Antropologia, da Geografia, da Comunicação e da Psicologia, dentre outras áreas, as quais muito têm contribuído para construção teórica sobre o consumo nas suas dimensões social, cultural e política, bem como nas relações do consumo com as religiões e com meio ambiente[78].

Vale salientar ainda que o consumo, em várias sociedades e culturas, foi visto pelo prisma negativo, tanto é que os sinônimos de consumo são gasto, extração, exaustão, saída, compulsão e gasto de energia. As teorizações sobre sociedade de consumo e consumismo foram carregadas de preconceitos de toda ordem, do psicológico ao moral, em contraste com uma "sociedade contemporânea, que ironicamente, se auto-define como de consumo" (BARBOSA, Lívia, 2006, p. 7). Focar o consumo por um viés negativo é um comportamento antigo. Cristãos, republicanos como Rousseau, racionalistas, marxistas tradicionais, frankfurtianos como Theodor Adorno e os clássicos pensadores da sociologia, como Émile Durkheim, Max Weber, dentre outros, expuseram o caráter negativo do consumo. Na

[77] De acordo com o "Novíssimo Dicionário de Economia" Paulo Sandromi (1999, p. 126) Consumo é " Utilização, aplicação, uso ou gasto de um bem ou serviço por um indivíduo ou uma empresa. É o objetivo e a fase final do processo produtivo, precedida pelas etapas de fabricação, armazenagem, embalagem, distribuição e comercialização. Numa sociedade em que a divisão social e técnica é relativamente complexa, a apropriação e a transformação dos elementos da natureza são separadas, no tempo e no espaço, de seu uso para a satisfação de necessidades humanas". Disponível em http://sinus.org.br/2014/wp-content/uploads/2013/11/FMI.BMNov%C3%ADssimo-Dicion%C3%A1riode -Economia.pdf. Último acesso em 13 fev. 2016. Já no Dicionário online de Português: Consumo significa: Uso que se faz de bens e serviços produzidos. (Se o consumo aumenta em razão da produção, esta é igualmente estimulada pelo consumo.) Gasto, dispêndio: consumo de energia. Sociedade de consumo, nome dado algumas vezes às sociedades de países industriais desenvolvidos, nos quais, estando as necessidades elementares asseguradas à maioria da população, os meios de produção e de comercialização são orientados para responder a necessidades multiformes, frequentemente artificiais e supérfluas", sendo que os sinônimos de consumo são: "dispêndio, extração, gasto e saída" Disponível em http://www.dicio.com.br/consumo/ . Vale realçar que a definição de consumo nas mais diversas e complexas culturas e no léxico das mesmas aparece com sentido negativo, na associação de consumo para necessidade e consumo que leva ao esgotamento (consumo de supérfluos). Último acesso em 13 fev. 2016.

[78] Ver BARBOSA e CAMPBELL (2006).

atualidade as discussões sobre consumo estão mais centradas no campo cultural e no social, em diálogo com a análise econômica e política.

Nesse contexto, o sociólogo Zygmunt Bauman, conhecido por suas pesquisas analíticas sobre o consumismo pós-moderno, com mais de trinta livros publicados no Brasil, dentre eles "Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias" (2008) e "Desafios do Mundo Moderno (2015), ressalta que

> O consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. Visto dessa maneira, o fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos – e com toda certeza é parte permanente e integral de todas as formas de vida conhecidas a partir de narrativas históricas e relatos etnográficos. (2008, p. 38)

Mas vale destacar que foi a partir da década de 1970 que os cientistas sociais se debruçaram significativamente sobre as teorias do consumo[79]. Começaram a discutir a chamada "revolução do consumo", em aspectos que ultrapassam o campo meramente economicista e se direcionaram para a função do consumo na estrutura social e seus aspectos culturais em uma sociedade identificada como uma sociedade de consumo.

> O consumo moderno foi a causa e a consequência de tantas mudanças sociais que sua emergência marcou nada menos que a transformação do mundo ocidental. Como sugeriu um historiador, o aparecimento da "revolução do consumo" rivaliza apenas com a revolução neolítica no que toca à profundidade com que ambas mudaram a sociedade [...]. (MCCRACKEN, Grant David. 2003, p. 21).

O uso recorrente da expressão sociedade de consumo segundo Colin Campbell, institui um "conjunto interligado de tendências sócio-econômicas e culturais que se considera característico das sociedades industriais avançadas" (1996, p.19).

Nesse contexto, Grant McCracken[80] parte da análise da cultura material enquanto veículo válido para pensar as relações da cultura e o consumo no processo produtivo atual. No intuito de lançar uma nova forma de análise teórica sobre o consumo, ele se referiu a essa questão como um

---

[79] Sobre as teorias do consumo ver: DOUGLAS, ISHEWOOD (1978); CAMPBELL (1987), BAUDRILLARD (1996, 2002 e 2008); FEATHERSTONE (1995); BAUDRILLARD (1995); BOURDIEU (2000); SLATER (2001); BAUMAN (2004); LIPOVETSKY (2007).

[80] Grand David Maccracken, antropólogo canadense, em suas várias publicações, empreendeu discussões em diálogo com a sociologia sobre cultura e consumo, com ênfase no desenvolvimento do consumo moderno e nas transformações socioculturais ocorridas a partir da revolução do consumo.

"campo emergente (as relações pessoa-objeto nos bens de consumo), mostrando que o significado carregado pelos bens tem uma qualidade móvel que as teorias prevalecentes não reconhecem" (2003, p. 99). Ou seja, essa discussão não se esgotava em um pensamento pré-concebido, não só por sua complexidade, mas também pela necessidade de uma análise que situasse a problemática teórica do consumo no contexto histórico.

A partir daí, para desenvolvermos nossa discussão, no que tange à comercialização de produtos no cotidiano do Mercadão, primeiramente, se faz necessário pensar o valor de uso e o valor de troca que a mercadoria adquire no processo de consumo. Para tal, nos reportaremos inicialmente ao pensamento marxista.

Karl Marx em sua obra "Contribuição à crítica da economia política"[81] dedica o primeiro capítulo ao tema da mercadoria, discutindo-a sob dois aspectos: o valor de uso e o valor de troca. "A mercadoria, na linguagem dos economistas ingleses, é, em primeiro lugar, uma coisa qualquer, necessária, útil ou agradável à vida" (MARX, 2008, pp. 51-52), e completa que a mercadoria é "objeto de necessidades humanas, meio de existência na mais lata acepção da palavra" (id. p. 52). Na concepção de que a mercadoria enquanto valor de uso confunde-se com sua materialidade concreta e de que o valor de uso só adquire valor para o uso quando concretizado no processo de consumo, Marx afirma que um objeto pode ser usado de várias maneiras e que "[...] a soma de seus empregos possíveis decorre de seu caráter de objeto com propriedades definidas" (ibid.).

No contexto do pensamento marxista, há que se considerar a complexidade do valor de uso, sendo que, ele só pode ser pensado na esfera da economia quando a mercadoria adquire valor de uso na troca por outras mercadorias (dinheiro). O valor de troca se apresenta no seio das relações sociais em discussões que envolvem o valor do trabalho embutido no produto, visto que, o valor de troca também está sujeito as leis de mercado, ao espaço e ao tempo.

---

[81] **Contribuição à Crítica da Economia Política** (título original: *Kritik der Politischen Ökonomie*) de 1859, foi a obra anterior ao **O Capital** de 1867. No prefácio da primeira edição de **O Capital**, Marx coloca que a longa distância que separa a disponibilização das duas obras foi devido a uma longa enfermidade. No **O Capital**, capítulo I, **"**A Mercadoria", "La Mercancia" (na 2ª edição espanhola de 1958, impressa no México, p.3) Marx escreve que: "*La riqueza de las sociedades em que impera el régimen capitalista de producción se nos aparece como un "inmenso arsenal de mercancías" y la mercancía como su forma elemental. (...) La mercancía es, en primer término, un objeto externo, una cosa apta para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean".* Coloca que a utilidade de um objeto é o que o converte em valor de uso.

Assim, vale frisar que, diferenciadamente, do valor de troca, o valor de uso está vinculado às propriedades físicas do objeto, a sua utilidade, fora da relação social de produção. Uma mercadoria pode ter, em relação a outra, o mesmo valor de troca a despeito dos seus diversos valores de uso e de suas múltiplas qualidades, "como valor de troca, um valor de uso vale exatamente tanto quanto outro, contanto que se apresente em proporção conveniente" (ibid.). Nesse raciocínio, a função do objeto não é considerada no tramite da venda comercial, no entanto, a dependência é real, pois um valor de troca só é possível quando a mercadoria se faz necessária ao indivíduo que não a tem no valor de uso como mercadoria[82].

As mercadorias especificamente produzidas para fins de troca e valoradas tal como, tal, quando apartadas do contexto social de produção se transformam em fetiches[83], nos quais as relações sociais se metamorfoseiam em relações entre coisas (MARX, 1958). Em "O Capital", Marx explica que

> También podríamos decir que los trabajos privados sólo funcionan como eslabones del trabajo colectivo de la sociedade por médio de las relaciones que el cambio estabelece entre los produtos del trabajo y, a través de ellos, entre los produtores. Por eso, ante éstos, las relaciones sociales que se estabelecen entre sus trabajos privados aparecen como lo que son; es decir, no como relaciones diretamente sociales de las personas em sus trabajos, sino como relaciones materiales entre personas y relaciones sociales entre cosas. (1958, p. 38)

Marx, ao analisar o comportamento dos consumidores no ato de consumir, caracterizava essa relação como alienante, fruto do fetiche da mercadoria, "– a base para uma alienação social mais profunda"[84] (GUERRA, Renata. 2010, p.13).

Assim, enquanto Marx acentua a relevância do valor de troca da mercadoria em associação ao trabalho produtivo, Jean Baudrillard[85] pontua que no capitalismo

---

[82] Marx nos diz que "(...) a mercadoria unicamente pode se converter em valor de uso realizando-se como valor de troca, não pode, doutro lado, realizar-se como valor de troca, a não ser sob a condição de que jamais cesse, em sua alienação, de ser valor de uso. Uma mercadoria não pode ser alienada a título de valor de uso senão em benefício daquele para quem constitui uma utilidade, isto é, o objeto de uma necessidade determinada" e ainda que a mercadoria "só pode ser alienada senão por outra mercadoria, ou, se nos colocarmos do lado do possuidor da outra mercadoria, este tampouco pode alienar, isto é, realizar a sua, senão pondo-a em contato com a necessidade especial cujo objeto constitui". (2008, pp. 70-71)

[83] Dentro da condução de raciocínio aqui apresentada não nos aprofundaremos nas discussões sobre o fetiche da mercadoria, para tal ver: Marx (1958, pp. 36-47)

[84] "Outros autores marxistas, em especial os frankfurtianos, estabeleceram uma relação direta entre consumo e alienação, especialmente no que tange ao consumo de massas: foi o caso de grande parte dos estudos de Theodor Adorno, Max Horkheimer e Herbert Marcuse." (GUERRA, 2010, p. 13)

[85] Baudrillard, filósofo e sociólogo, vivenciou a transformação do pensamento francês dos anos 1960 e 1970. Discutiu uma nova organização social, na qual a cultura passou a ter um papel significativo no sistema capitalista francês, dentro de uma sociedade de consumo com uma nova cultura ancorada sobre signos, a partir das novas tecnologias e da preponderância dos meios de comunicação de massa.

tardio[86] a mercadoria tem no seu valor-signo seu fator de supremacia (2008, p. 66). Baudrillard, em "A Economia Política dos Signos", ao discutir o consumo de bens na época moderna, afirma que ela "é uma função social de prestígio e de distribuição hierárquica" e que "o valor de troca-signo é fundamental" (1996, p.10). Enfatiza que a sociedade de consumo é definida pelo caráter específico do consumo de signos. Nesse tipo de sociedade, a mercadoria é vinculada à sua dimensão simbólica.

> Não quer dizer que a nossa sociedade não seja, antes de mais, objectivamente e de modo decisivo, uma sociedade de produção, *uma ordem de produção*, por consequência, o lugar de estratégia econômica e política. Mas, quer-se também significar que nela se enreda *uma ordem de consumo*, que se manifesta como ordem da manipulação dos signos. (BAUDRILLARD, 1996, p.23)

No significado conferido ao valor de troca-signo, o objeto não é visto exclusivamente em função da necessidade. O valor de uso cria a possibilidade de vinculação a uma determinada classe social e a seus valores. Segundo Baudrillard: "Nas sociedades industriais modernas, raramente o objeto é um puro feitiço: geralmente, o imperativo técnico de funcionamento impõe-se... o valor de uso é, no fundo, um álibi para o valor de troca-signo". (1996, p.40). Ele completa:

> Nunca se consome o objeto em si (no seu valor de uso) – os objetos (no sentido lato) manipulam-se sempre como signos que distinguem quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal quer demarcando-o do respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior. (BAUDRILLARD, 2008, p. 66)

Baudrillard destaca que não podemos associar um objeto a uma classe social em particular. Explica que na sociedade de consumo, um grupo que chamaremos de grupo X usa o objeto como se este lhe pertencesse por direito. Um segundo grupo, o grupo Y, foca o mesmo objeto como referência tanto de aproximação como de distanciamento do grupo X. Assim, se instala uma relação de separação e acomodação. Nesse contexto, Baudrillard (2008) salienta que o uso que cada grupo dá a determinado objeto é o que o diferencia. Também sublinha que os objetos são signos de uma desejada ascensão de classe social, no qual sua posse pode vir a suprir uma necessidade de inclusão em um determinado grupo. Assim, o objeto não é posse de nenhum grupo específico.

> Podemos certamente, num primeiro tempo, considerar os objetos em si próprios e a sua *soma* como índice de *pertença social*, mas é muito mais

[86] O termo "capitalismo tardio" é usado pelos teóricos "neomarxistas" ao se referirem ao capitalismo de 1945 a primeira metade da década. O teórico da cultura, o americano, Fredric Jameson, utiliza a terminologia "capitalismo recente" por considerar essa denominação menos fatalista. Ver JAMESON, (1985 e 1997)

> importante considerá-los, na sua escolha, organização e prática, como o suporte de uma *estrutura global* do ambiente circundante, que é simultaneamente uma estrutura ativa de comportamento. ” (Id., 1996, p. 17)
>
> A qualidade específica do objeto, seu valor de troca, depende do domínio cultural e social. Sua singularidade absoluta ao contrário lhe vem do fato de ser possuído por mim – o que me permite reconhecer-me como ser absolutamente singular” (Id., 2004, p. 98).

Nesse contexto, vale observar que o consumo singular do *povo do santo* reafirma sua identidade individual (por exemplo: filho de Iansã) e coletiva enquanto membro de um grupo religioso específico. O consumo se faz distinto pelas exigências rituais que envolvem as compras, pela diferenciada estética dos produtos, pelo gosto das divindades e dos fiéis, pela observância dos preceitos pelo olhar da liderança do *terreiro* e pelo sistema religioso em si.

Outro ponto a ser colocado em relação aos materiais litúrgicos das religiões afro-brasileiras é a gama de significados expressos nas formas, nas cores, nos aromas, nas indumentárias, nas ferramentas, na manipulação das plantas, em suma, nos materiais utilizados na prática ritual. A relação entre conteúdo e expressão manifesta como o signo em cada ferramenta de orixá acaba por imprimir uma marca significativa ao objeto. Isso não determina que ele é de uso exclusivo dos praticantes dessas religiões, passo que são comercializados abertamente no mercado, mas a forte carga simbólica dos objetos, cria uma identificação direta com as religiões afro-brasileiras, portanto, o artefato se torna praticamente exclusivo desses grupos religiosos.

Esse entendimento que não contradiz a afirmação de Baudrillard (2008) ao destacar que o objeto só se torna exclusivo de certo grupo social na forma pelo qual esse grupo faz uso dele. No entanto, salientamos que quando esse uso dá visibilidade aos valores e à visão de mundo de determinado grupo, e põe à mostra de forma tão singular a manifestação cultural do mesmo, nesse caso, os grupos religiosos afro-brasileiros, qualquer consumo desses artigos fora do circuito religioso não consegue se descolar da relação *sujeito-objeto-corpo religioso* contidos como significado e significante intrínsecos ao objeto. Assim, o objeto litúrgico possui um *status* de pertença indissociável do sistema simbólico das religiões afro-brasileiras. É uma lógica de outra dinâmica, além do âmbito do econômico.

Para o *filho de santo,* ter posse dos objetos usados no rito é uma necessidade gerada pela própria prática ritual. Entretanto, ostentar esses objetos de forma diferenciada junto ao grupo, seja dando ênfase aos brilhos, as coloridas penas ou as

indumentárias cada vez mais ricas, vai ao encontro da lógica da sociedade de consumo baseada na busca de *status* e de poder. Tal comportamento tem sido motivo de preocupação por parte das lideranças religiosas, que estão atentas aos excessos praticados pelos fiéis. Discutiremos essa questão mais à frente nesse capítulo.

Realçamos que o consumo de bens, além do caráter utilitário e das questões próprias da valoração comercial, possui uma gama de significados que se comunicam com valores culturais, passam mensagens com códigos próprios em uma dinâmica de constante movimento social, em que grupos e indivíduos, enquanto produtores e consumidores ativos, se tornam-se senhores dos seus mundos. Mccracken explica: "Os bens [...] integram o mundo culturalmente constituído ao mesmo tempo como objetos dele e como sua objetivação" (2003, p. 106).

Mccracken (2003) também relata que o século XIX viu nascer uma relação duradoura entre as mudanças sociais e o consumo. As formas de consumo já esboçavam em si as mudanças que provocariam na sociedade, da mesma forma que o consumo seria modificado por essa mesma sociedade em processo constante de transformações. Essa relação sociedade-consumo, Mccracken (2003, p. 49) inferiu como dialética, conduziu-nos do século XIX para o XX em um processo de intensas mudanças.

Gilles Lipovetsky (2007), em "A felicidade paradoxal*:* ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo"[87], evidencia que essas mudanças do status e do formato do consumo culminaram no que ele denominou como hiperconsumo. Nesse contexto, é possível observar mudanças significativas que se sucederam ao longo do século XX e nos dias atuais, principalmente na forma como o consumo se estruturou no cotidiano das pessoas e na solidificação dos aspectos cultural e simbólico[88], no âmbito dos bens carregados de mensagens codificadas. Nesse

[87] O livro é divido em duas partes. A primeira parte trata da "A Sociedade de Hiperconsumo", nela o autor ressalta a importância do capitalismo em relação aos mercados de massa, o fordismo, o fetichismo das marcas e o pós-fordismo. Na parte seguinte, "Prazeres privados, felicidade ferida", Lipovetsky discute a sociedade de hiperconsumo e suas implicações da ordem material e das questões individuais, coletivas, de exclusão e inclusão, da miséria em amplo aspecto.

[88] Para discutir consumo como uma atividade carregada de significados associado a vinculação a determinados grupo e desejos de ascensão social. Thorstein B. VEBLEN (1857 – 1929), sociólogo e economista norte-americano, em sua obra "A Teoria da Classe Ociosa" (1889), um estudo econômico das instituições (1974), também discuti em termos econômicos as rotinas e os hábitos das instituições ligando-os a determinado

entendimento, o consumo é um dos instrumentos de comunicação entre o indivíduo e a sociedade.

Nesses termos, McCracken (2003, p.21) define consumo como “o processo pelo qual os bens e os serviços de consumo são criados, comprados e usados” e ao se referir a modernidade e as mudanças ocorridas na forma de consumir, sublinha que os consumidores passaram a ter contato com “bens que encarnavam mensagens. Cada vez mais, eram rodeados por objetos carregados de sentido que só podiam ser lidos por aqueles que possuíssem um conhecimento do código-objeto” (Ibid., p. 40).

No caso das religiões afro-brasileiras, a decisão do que comprar, a identificação do que não pode ser comprado, segue regras de comportamento especificas da ordem religiosa, em uma estrutura sociocultural organizadora das relações sociais. Sendo assim, a compreensão de que o consumo tem um papel expressivo na vida social e que todo ato de consumir é fundamentalmente cultural e requer aprendizado, o consumo religioso cria e fortalece o vínculo do fiel com a sociedade.

Nesse contexto, múltiplas são as abordagens possíveis de análise do que seja o ato de consumir e o impacto do consumo na vida social[89]. Dentre elas o consumo como elemento de construção e consolidação de identidades. Segundo Colin Campbell (2006, p. 47): “Consumir e utilizar elementos da cultura material como elemento de construção e afirmação de identidades, diferenciação e exclusão social são universais”. Lipovetsky completa:

> Diferentemente do consumo à moda antiga, que tornava visível a identidade econômica e social das pessoas, os atos de compra em nossas sociedades traduzem antes de tudo diferenças de idade, gostos particulares, a identidade cultural e singular dos atores, ainda que através dos produtos mais banalizados. Revelo, ao menos parcialmente, quem eu sou, como indivíduo singular, pelo que compro, pelos objetos que povoam meu universo pessoal e familiar, pelos signos que combino “a minha maneira”. Numa época em que as tradições, a religião, a política são menos produtoras de identidade central, o consumo encarrega-se cada vez melhor de uma nova função identitária. (2007, p.44)

A afirmativa de Lipovetsky de que o consumo ganha corpo em uma função identitária reafirma, no âmbito da nossa pesquisa, a ideia que consumir artigos

---

momento histórico. Sua obra é fonte de consulta para pesquisadores interessados em aprofundamento nessas discussões.

[89] Para aprofundamento nessa discussão ver: ORTS (2004) e SLATER (2002).

religiosos pela prática ritual é um ato cultural e de inserção na comunidade religiosa, pois reflete o indivíduo enquanto pertencente ao grupo religioso. Isso corresponde à pensa-los por seus valores, visão de mundo e comportamento em sociedade.

Vale observar que, quando Lipovetsky se refere aos atos de consumo como geradores de uma identidade em uma apropriação de um espaço *antes ocupado* pelas tradições, pela religião e pela política, no contexto das religiões afro-brasileiras, essa afirmativa não se verifica. O ato do consumo é parte integrante de uma ritualística ancorada na tradição ancestral, mesmo que reinventada, e tem como base o corpo simbólico religioso. Como um ato cultural o consumo não ocupa o lugar da tradição, faz parte dela, pois o consumo de material litúrgico é parte fundamental na ordem ritual. Nesse caso, a tradição e o consumo de objetos para o fazer ritual andam juntos; são parte de um sistema religioso no qual a ritualística não pode aparta-se do consumo e nem se afastar da tradição religiosa.

Segundo Raul Lody, antropólogo, professor e pesquisador, com várias publicações sobre o universo das religiões afro-brasileiras.

> Há uma concentração produtiva em torno dos terreiros [..] os espaços dos terreiros servem de oficinas para os desempenhos tecnológicos. Ainda conjugados a feiras e mercados estão artistas/artesãos demonstrando seus saberes comercializando seus objetos. [...] O domínio na construção dos objetos – notadamente os de destinação ritual religiosa – assimila saberes sobre história religiosa, liturgia e função específica para o desempenho em âmbito sagrado; são saberes arcaicos ora preservados, ora atualizados para cada situação, região, local e usuário específico. (2003, p. 18)

Além do Mercado de comércio religioso, na realidade cotidiana do Mercadão é pertinente pensar o consumo como um ato carregado de significados construídos através de relações socioculturais nas quais as trocas excedem o âmbito capital de meras trocas monetárias[90]. Pelas galerias do mercado não se comercializam só roupas, bijuterias, enfeites para festas infantis, decoração, e outros objetos, vivencia-se ainda a cultura local em articulação com o cotidiano da cidade do Rio de Janeiro. A grande circulação de artistas globais, cantores, personagens do samba, apresentadores de televisão, repórteres de jornais e revistas, impregnam os clientes em geral de inspirações para seus *looks.* Estabelecem novas formas de se comportar em público, criam novos desejos de consumo.

[90] Para pensar as mercadorias fora de seu contexto social de produção, ver a discussão de Karl Marx (1987) sobre o fetiche da mercadoria.

No contexto, Sombart (1965), ao enfatizar o mundo moderno, destaca a imitação como um novo elemento que faz a ponte entre o caráter aristocrático e o processo crescente de generalização do consumo. Guardando as particularidades do momento histórico e transportando a ideia para a atualidade, nós nos atrevemos a usar o mesmo termo, imitação, para observar a ânsia dos mais diversos clientes do Mercadão por adquirir bens que possam de alguma forma integrá-los ao modo de vida de certos grupos e indivíduos que ocupam um lugar de projeção na mídia e assim conquistar simbolicamente um maior *status* social. Ao se referir aos artistas de TV, nos diz Solange, cliente assídua do Mercadão: "a gente fica parecida com eles, fica bonita" (informação verbal)[91].

Não podemos deixar de pontuar que o consumo é um ato de escolha que gera uma imagem com significados específicos que pode criar maior ou menor identificação com o grupo social de pertencimento ou com o grupo no qual se deseja integração.[92]

Sendo assim, no que concerne às relações construídas no cotidiano do Mercado, construímos uma leitura do espaço sob uma perspectiva dual: Mercadão "espaço de consumo" e "lugar de consumo religioso". Essa interpretação nos permite algumas considerações: 1. Ao concebermos o Mercadão como "espaço de consumo", nós o situamos no âmbito da economia em relação com um comércio capitalista que garante a sobrevivência física do mercado como um todo. Mas, também é o Mercadão que abriga a ideia de "mercado popular" e que atende a um público diversificado com ofertas de mercadorias das mais diversas, sendo um espaço de encontros socioculturais que explora o conteúdo cultural, os significativos sociais e o caráter comunicativo do consumo. 2. Na concepção do Mercadão como "lugar de consumo religioso", nós o posicionamos como lugar que abriga o consumo de materiais litúrgicos em um processo ritual. Como um lugar ativo nas homenagens festivas para as divindades, nos encontros sociais do *povo do santo* e na ligação emocional dos *terreiros* com o mercado enquanto lugar próprio de perpetuação da cultura material das religiões afro-brasileiras. Aqui não enfatizamos o caráter econômico, passo que compreendemos que o mesmo engloba o mercado como um

[91] Depoimento de Solange, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 12 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[92] Para pensar a dimensão simbólica do consumo no âmbito da formação de identidades e classes sociais, ver BOURDIEU (2001)

todo. Isso significa que, no que concerne ao aspecto religioso as forças mercantis não se sobrepõem, dialogam.

Para melhor compreensão desse cenário, vale retomar o conceito de lugar. Já afirmamos na introdução que concebemos o lugar como um espaço transformado em lugar afetivo, território usado e não apenas espaço físico.[93] Mas se faz necessário entrelaçar esse entendimento com outras questões significativas. Para Michel de Certeau (1998) em suas discussões sobre "espaços e "lugares", há distinção entre lugar e espaço, colocando-os em campos delimitados.

> Um lugar é a ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência. Aí se acha, portanto, excluída a possibilidade para duas coisas, de ocuparem o mesmo lugar. Aí impera a lei do "próprio": os elementos considerados se acham uns ao lado dos outros, cada um situado num lugar "próprio" e distinto que define. Um lugar é, portanto, uma configuração instantânea de posições. Implica uma indicação de estabilidade. (Ibid, p. 201)

Certeau não descarta, apesar da estabilidade e a univocidade que são as características do lugar, que a atuação dos sujeitos na produção dos espaços e dos lugares possa transgredir fronteiras e alterar lugares. Porém ao tratamos com descrições orais sobre lugares, podemos observar muitas vezes lugares serem transformados em espaços e vice-versa (ibid.). Certeau nos apresenta o conceito espaço como um "cruzamento de móveis", ou seja, "existe espaço sempre que se tomam em conta os vetores de direção, quantidades de velocidade e a variável do tempo" (Ibid., p. 202). É o movimento feito de desdobramentos a partir de circunstâncias, temporalidades, conflitos e proximidades, em constante processo de transformações. Ele não toma o lugar pela a ideia de estabilidade e de um "próprio". "O espaço é um lugar praticado" (ibid.).

Considerando a possibilidade de aproximação entre a concepção de espaço transformado em lugar afetivo de Milton Santos com a ideia de "lugar próprio e distinto que o define" de Certeau (1998, p. 203), inferimos que é justamente a ideia de um "próprio" o que o particulariza. Isso, juntamente com a afirmativa de que o "espaço é um lugar praticado" é o que dá a aproximação dos dois pensadores, pois o lugar afetivo se constrói no território usado em movimento, no qual os sujeitos históricos atuam.

Para os fiéis das religiões afro-brasileiras, o Mercado é o seu espaço de sociabilidades, em constante movimento, circuito de encontros culturais repleto de

[93] Ver Milton Santos (2002)

jogos e de relações mutáveis quando em contato com o outro. É também seu lugar próprio, singular no ritual religioso, prolongamento da sua *Casa-de-Santo*, lugar afetivo com o qual se tem relações sólidas.

Assim, o Mercadão “lugar de consumo religioso” se estrutura nas relações do *filho de santo* com a comunidade religiosa de pertencimento, com os outros terreiros e com o grupo de comerciantes. Somente através do processo ritual repetitivo que transforma essas relações é que podemos encontrar no espaço do Mercado o lugar singular que representa o *terreiro*. Como lugar que legitimado por práticas e relatos dos sujeitos históricos, ele permite uma leitura espacial, temporal de aspectos antropológicos da ordem dos mitos, da ancestralidade, da alteridade, bem como dos padrões de comportamento religioso, das crenças, visão de mundo, sistemas simbólicos, discursos e representações.

O Mercadão no seu cotidiano enquanto “espaço de consumo” sofre transformações advindas da oscilação das relações entre produção-circulação-consumo. Vivencia o que é próprio de um espaço dinâmico que sofre o impacto da atuação dos sujeitos e agências através da massa de consumidores, das organizações socioculturais, dos meios de comunicação, dos produtores, mediadores e receptores culturais. Articula-se com a comunidade urbana, com grupos sociais e suas relações conflitantes, com questões de organização social (trabalho, propriedade, práticas de inclusão e exclusão, hierarquias e outros).

Nesse contexto, há que se observar que as fronteiras que delimitam o espaço do Mercado (mercado popular de consumo capitalista e mercado religioso) por seu aspecto flexível se colocam em movimento pelas práticas de apropriação do espaço, fruto de ações de interação e interlocução. Ao mesmo tempo que se delimita uma fronteira, o processo interlocutório dos sujeitos históricos potencializa sua mobilidade.

> Os limites são traçados pelos pontos de encontro entre as apropriações progressivas [...] e os deslocamentos sucessivos (movimentos internos e externos) dos actantes. Devem-se esses limites a uma distribuição dinâmica dos bens e das funções possíveis, para constituir, sempre mais complexidade, uma rede de diferenciações, uma combinatória de espaços. Resulta no trabalho de distinção a partir de encontros. [...] Paradoxo da fronteira: criados por contatos, os pontos de diferenciação entre dois corpos são também pontos comuns. (CERTEAU, 1988, pp. 212-213)

Em uma visão comparada, o que diferencia os dois mercados (mercado de consumo capitalista e mercado de artigos religiosos) também os une, ou seja, o

caráter capitalista do Mercadão, com ofertas dos mais variados produtos com base nas leis que regem o mercado econômico, é um fator de distanciamento do aspecto religioso, do processo ritual de compra dos artigos litúrgicos que não foca o econômico e sim os procedimentos rituais exigidos pelo sistema religioso. Mas é justamente a grande oferta de produtos religiosos variados em qualidade, quantidade e valor, centralizados no Mercadão, o que aproxima o povo *do santo* e simpatizantes desse lugar. Consumidores que o singularizam enquanto lugar de consumo religioso a ponto de potencializar seu caráter cultural e social e, transformá-lo no *seu Mercado*. Observamos que o Mercadão de Madureira é um lugar de cultura e é próprio da cultura as relações de interatividade, o que resulta em uma dualidade, - de produtor e produto da ação social -, uma variável em diálogo continuo de interligação.

A partir de o espaço do Mercado potencializa seu caráter dinâmico, de movimento, no qual as relações sociais e culturais em um tempo singular nos oportunizam analisar a trajetória histórica de construção do espaço e do lugar, bem como dos sujeitos históricos.

Vale ressaltar que, para pensar a cultura material religiosa afro-brasileira, temos que direcionar nosso olhar para o cotidiano do Mercado, no entendimento que os atores sociais[94] são agentes de mudanças, pois em um contexto determinado, a organização da comunidade e/ou das instituições não anulam a ação individual[95]. Os *filhos de santo* vendem uma imagem do Mercadão como sendo lugar de manifestação religiosa, de forte significado cultural em interação legítima e legível com o sistema religioso dos *terreiros*, o seu lugar afetivo. Assim, ao associá-lo ao grupo religioso e à sua própria pessoa, os fiéis demarcam o território de sua influência.

---

[94] Para SOUZA, H. J. "O ator é alguém que representa, que encarna um papel dentro de um enredo, de uma trama de relações. Um determinado indivíduo é um ator social quando ele representa algo para a sociedade (para o grupo, a classe, o país), encarna uma idéia, uma reivindicação, um projeto, uma promessa, uma denúncia. Uma classe social, uma categoria social, um grupo podem ser atores sociais. Mas a idéia de "ator" não se limita somente a pessoas ou grupos sociais, instituições também podem ser atores sociais: um sindicato, partidos políticos, jornais, rádios, emissoras de televisão, igrejas etc". Para SABOURIN, E. (2002, pp 21) 'Na terminologia do desenvolvimento local, os atores são os agentes sociais e econômicos, indivíduos e instituições, que realizam ou desempenham atividades, ou, então, mantém relações num determinado território". (1991. P 54)

[95] Para pensar atores sociais ver Weber (2004)

Nesse contexto, Campbell salienta que os produtores de bens e serviços, ao contrário do que se possa pensar, não

> "manipulam, através de seus agentes os consumidores ou suas necessidades, mas, ao menos em primeiro lugar, os significados simbólicos que se acham vinculados aos produtos. Eles, de fato, manipulam mensagens" (2001, p. 73).

Para tal, na atualidade, a publicidade adquiriu metodologias eficientes de trabalho visíveis nas propagandas e nos anúncios em geral, capazes de aglutinar o consumo a uma visão específica de mundo culturalmente construída em dada sociedade, e assim articular a relação do significado com o significante manifesta no signo.

> É nesse sentido que podemos designar o aspecto "duplamente" simbólico das mercadorias nas sociedades ocidentais contemporâneas: o simbolismo não se evidencia apenas no *design* e no imaginário embutido nos processos de produção e *marketing*; as associações simbólicas das mercadorias podem ser utilizadas e renegociadas para enfatizar diferenças de estilo de vida, demarcando as relações sociais. (FEATHERSTONE, 1995, p. 35)

Por meio da publicidade enfatiza-se a mercadoria revestida de um significado cultural e de um caráter comunicativo. No entanto, vale observar que adquirir bens materiais de caráter simbólico para religiões afro-brasileiras não passa por nenhum demérito. O consumo de artigos litúrgicos não é compreendido por um viés pejorativo, pois os elementos que compõem o sistema religioso afro-brasileiro se organizam em prol da manutenção e da multiplicação do *axé* (força vital) incorporado através do rito nos objetos e nos seres humanos.

No cotidiano das cidades e em algumas publicações em jornais e revistas não é incomum encontrarmos algumas pessoas se referindo às religiões afro-brasileiras como "religiões de consumo". Essa expressão na maioria das vezes liga a prática religiosa a um sentido negativo do consumo, como aquele que esgota as energias, como sendo uma prática abusiva que explora os fiéis, o que muito contribui para a manutenção do preconceito e da ignorância em relação a essas religiões.

Colocamos em parágrafo anterior que, nas religiões afro-brasileiras o *axé* incorporado através do rito nos objetos e nos seres humanos se mantém e se multiplica. Vogel, Mello e Barros no artigo: "Religião & Sociedade – A Moeda dos Orixás" (s/d, p.10) perguntam: "Como é possível potencializar o *axé,* ou evitar que ele diminua? "

> A resposta é clara: fazendo e dando as "obrigações" prescritas. Cuidando do santo; lavando as contas; preparando as comidas; confeccionando os

> trajes; sacrificando os animais; guardando os interditos. Cumprindo os rituais em suma. [...] a produção de *axé* tem a ver com o dinheiro. Seja porque com ele se podem obter os elementos necessários para a composição desse néctar dos orixás; seja porque o dinheiro, ele mesmo constitua um ingrediente do manjar vivificante, como no caso das moedas antigas, cujas as qualidades sensíveis remetem à identidade dos orixás. (ibid.)

A aquisição de mercadorias segue a ética do sistema religioso, não se desloca para o âmbito dos fundamentos do circuito financeiro, tanto é que quando o *filho de santo* não tem posses suficientes para comprar o material litúrgico necessário ao cumprimento de suas "obrigações" com o santo, ele é auxiliado pela comunidade religiosa que compreende que é essencial que os ritos sejam cumpridos em prol do bom andamento do *terreiro*. As leis de governança do consumo religioso são as leis do rito que mantêm o *axé* e não as leis do mercado econômico em uma sociedade do consumo ou do hiperconsumo[96], apesar do consumo religioso ser parte integrante desse circuito.

Reginaldo Prandi, no artigo "Religião paga, conversão e serviço", faz algumas considerações sobre os gastos que os *filhos de santo* têm no seu fazer religioso.

> [...] No candomblé, em que os ritos são mais complexos e as oferendas mais exigentes, na etapa da primeira iniciação, quando se passa de fato a fazer parte da religião, nunca se gasta menos de RS 1 mil ou R$ 2 mil reais, o que obriga o iniciante a um longo período de duras economias, sem o que dependerá da boa vontade de outros para ajudá-lo na aquisição do material necessário. [...] De tempos em tempos repetirá as ofertas, sempre cioso de que não poderá ficar em falta com seus santos, que sempre têm fome (PRANDI, 1996, p.73).

Destaca também a cobrança pela consulta aos búzios, como uma forma que muitas das lideranças religiosas têm para angariar fundos para manutenção dos *terreiros*, principalmente nos Candomblés.

> [...]. Um sacerdote bem-sucedido é o que amealha não apenas um grande número de adeptos, mas igualmente recursos financeiros para manter boas instalações materiais e dar grandes festas. Toda a clientela que recorre ao terreiro para resolver problemas pelo caminho mágico, e que não se integra à religião, faz parte de um fluxo de dinheiro que garante a vida da comunidade de culto: paga-se pelo jogo de búzios, que desvenda os problemas, e paga-se pelo ebó, a oferenda que agrada os deuses, que resolve as aflições. Um jogo de búzios em São Paulo ou Rio de Janeiro custa de R$ 30 a R$ 50. Ebós custam de R$ 100 a alguns milhares de reais. Pais e mães famosos podem cobrar mais por seus serviços. (ibid.)[97]

---

[96] Sobre hiperconsumo ver Gilles Lipovetsky (2007, 2009).

[97] Os valores aqui citados se referem ao final da década de 1990.

Vagner G. da Silva (2005, p. 168) completa: “As consultas espirituais, no âmbito das religiões afro-brasileiras, podem ser entendidas como uma prestação de serviço mágico-religioso”. As considerações de Prandi e de Silva aliadas a matérias de jornais consultadas e conversas informais que tivemos com *filhos de santo*/ médiuns de diversos *terreiros* do Rio de Janeiro reforçam nossa observação que o uso da expressão “religiões do Consumo” por parte do público externo, no intuito de qualificar as religiões afro-brasileiras, está menos associado a aquisição de artigos religiosos por parte dos féis na sua prática cotidiana. Ela se dirige mais à cobrança dos serviços de consulta ao oráculo (as divindades e entidades) e nos desdobramentos desse processo que minimamente desembocam na necessidade de uma oferenda as divindades, bem como nas festas religiosas que caíram nas graças das mídias.

Sublinhamos que os *terreiros* dentro dos seus limites físico e religioso são independentes um dos outros. Eles resolvem seus problemas financeiros e religiosos dentro do seu território de atuação, diferenciadamente de outras religiões, como a católica, a pentecostal e a neopentecostal, nas quais cada igreja ou templo é parte de uma instituição maior centralizadora a quem devem obediência, inclusive financeira.

Sendo assim, um dos recursos para manutenção das Casas, principalmente nos Candomblés, é cobrar do público externo a consulta do jogo de búzios. Frisamos que os *babalorixás e ialorixás,* antes de abrirem o jogo, pedem licença às divindades. Ouvimos alguns relatos de lideranças de *terreiros* e o ponto em comum das falas em relação ao jogo de búzios era a ética e o respeito ao outro, questões primordiais no ato de jogar. Mãe Leda de Nanã (informação verbal)[98] nos disse certa vez que mesmo querendo, não poderia mais abrir o jogo, pois encontrava-se adoentada e muito cansada. Explicou-nos que tal realidade comprometeria os trabalhos e que com essa atitude estava abrindo mão de uma renda que contribuía significativamente para manutenção da Casa, mas mantinha sua ética religiosa.

Em alguns textos como “Hipertrofia ritual das religiões afro-brasileiras”, a pauta é a crescente valorização dos ritos públicos, das festas.

[98] Leda de Nanã foi feita na Umbanda e depois no Candomblé. Ela recebia o orixá Nanã e entidades como Preto-Velho e Zé Calunga, quando ela estava incorporada deste último, nós empreendemos uma longa conversa. As visitas a Leda Nanã foram em grande número, entre os anos de 2003 a 2005. Depoimento informal, concedido a Joanice de S. Vigorito, Volta Redonda, Rio de Janeiro (RJ), 2003. Gravação sonora [Transcrição nossa].

> A hipertrofia ritual reflete-se na supervalorização da representação cênica das assim chamadas cerimônias de barracão, quando os seguidores, em transe de seus orixás e outras divindades e entidades, dançam, caracteristicamente paramentados, ao som das cantigas rituais acompanhadas pelo ritmo de atabaques, agogôs e xequerês, para uma platéia de crentes, clientes e curiosos. [...] para uma platéia de curiosos que ali estão para usufruir da celebração religiosa como espetáculo de exótica estética. (PRANDI, 2000, p. 84)

A crítica de Prandi é bem enfática. Completa que a festa é um momento de lazer e de competição entre os *terreiros* que querem oferecer a melhor festa. De acordo com ele, nessa disputa não faltam crentes de outros *terreiros* que "estão ali para avaliar, criticar e muito raramente elogiar a organização cerimonial e a beleza das danças, roupas e adereços" (ibid.). Comenta que com a crescente valorização dos ritos, multiplicou-se a oferta de produtos com artefatos produzidos industrialmente. Destaca que ser cliente do Mercadão de Madureira é vivenciar momentos de lazer e sociabilidade, nos quais é possível "o contato com a moda, seus sugestivos objetos recém-criados e novas matérias-primas interessantes" (PRANDI, 200, p.84), o que permite a elaboração pessoal de "seus próprios artefatos e arranjos, num exercício infindável de reelaboração e enriquecimento material do rito" (ibid).

De fato, as festas públicas dos Candomblés e de poucas Umbandas são ricas em imagens e na produção, o que por certos aspectos tem preocupado as lideranças religiosas, como já comentado. Em 2005, Mãe Meninazinha de Oxum, com a qual tive várias conversas[99], declarou em entrevista a União Umbandista dos Cultos Afro-brasileiro que: "[...] tudo bem, existe a nossa vaidade de querer dar o melhor para o Orixá, mas só que estão extrapolando em relação a roupa e Adê do Orixá, tem roupas que parece mais é destaque de Escola de Samba [...]" (UUCAB, 2005).

Nesse contexto, no ano de 2003, Mãe Meninazinha de Oxum, em uma conversa informal no Ilê Omolú Oxum, disse-nos que as festas públicas assim como a presença de pesquisadores no terreiro são muito importantes para que as pessoas vejam que no Candomblé não se faz o mal, é uma religião que prega a solidariedade e o respeito ao outro. Afirmou também que não acreditava no que se escrevia sobre

[99] Mãe Meninazinha de Oxum é Ialorixá do Ilê Omolu Oxum. Neta e herdeira de Iyá Davina, que tem sua origem em alta linhagem do candomblé da Bahia. A *Casa* foi fundada em Nova Iguaçu, em 1968. Cinco anos depois foi transferida para São de João de Meriti, onde permanece aberta até hoje. Mãe Naná, como é conhecida, não quis gravar entrevistas, preferiu a conversa informal. Ela me disse que "Candomblé não se escreve se sente" e neste raciocínio permitia a observação dos trabalhos, no limite dos não iniciados, e as conversas informais.

sua religião, pois "Candomblé se sente não se escreve"[100]. Se não dispensava nossa presença, era porque qualquer ajuda para quebrar preconceitos era bem acolhida. Desta forma, e pela observação nos *terreiros,* inferimos que o zelo com as festas públicas é grande, tanto para evitar exageros e preservar a tradição religiosa, como para deixá-las mais atraentes ao público em geral. Nas festas o contato com as pessoas de fora da religião é muito importante para desmistificar falas preconceituosas, como as que colocam as religiões afro-brasileiras como culto do mal, religiões de exploração e de consumo exacerbado, posicionamentos que muito prejudicam os fiéis e os *terreiros.*

Assim, no que concerne às religiões afro-brasileiras em uma leitura dicotômica "religiões de consumo" e "consumo da religião", independente da ótica de análise, qualquer uma dessas denominações pode se afastar ou se aproximar das teorias de consumo que envolvem as discussões sobre consumismo, sociedade de consumo ou hiperconsumo. Contudo, em relação a prática das religiões afro-brasileiras essas denominações estão distantes. No circuito interno dos *terreiros,* a relação com o dinheiro, com o consumo de artigos religiosos, com a valorização das festas religiosas se dá no âmbito da ética do sistema do religioso, no processo de construção do rito que, repetimos, não se organiza na lógica do universo capitalista de consumo.

Ressaltamos que as diferenças entre os *terreiros* e entre as religiões afro-brasileiras são muitas, e podemos citar as festas religiosas, que na maioria das Umbandas são significativamente mais discretas que nos Candomblés. Mas isso não é um fator de mérito ou de demérito, sendo só diferenças.

A partir daí, retomamos as considerações que situam o Mercadão de Madureira na contemporaneidade, no que tange ao crescente aumento do consumo a partir de novas necessidades criadas pelo sistema capitalista, e como o mercado religioso se situa nesse contexto.

Zygmunt Bauman destaca que o aumento do consumo não se dá pela satisfação de necessidades, mas sim pelo aumento em

> [...]*volume* e *uma intensidade de desejos sempre crescentes*, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la. Novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua

[100] Depoimento informal de Mãe Meninazinha de Oxum, concedido a Joanice de S. Vigorito, São João de Meriti, Rio de Janeiro (RJ), 2003.

> vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo inaugura uma era de “obsolescência embutida” dos bens oferecidos no mercado. (2008, p. 43)

A sociedade consumista criou uma nova concepção de tempo em relação a validade dos produtos, os quais passam a ser descartados e substituídos rapidamente. É o prazer de consumir aliado ao impulso de comprar com um foco no supérfluo e não na funcionalidade da mercadoria (ibid). A citada redução da vida útil das mercadorias, devido a criação de novas necessidades e desejos reflete-se no cotidiano das lojas e dos mercados, inclusive em Madureira. Na realidade do comércio especializado em artigos religiosos do Mercadão, entretanto isso se configura de outra forma. Os produtos litúrgicos não sofrem o mesmo tipo de descarte que outros objetos, ou seja, a obsolescência das mercadorias não tem a mesma dinâmica mercantil utilitária e nem comunicam os mesmos significados culturais dos demais produtos comercializados nas diversas lojas do Mercado (papelarias, lojas de produtos para festas infantis, lojas de bijuterias e outras). Nesse contexto, quais são os fatores que dão aos objetos litúrgicos um status diferenciado? Primeiro é preciso colocar que a partir das mudanças dos parâmetros de análise da concepção do consumo agora situado no aspecto cultural, os objetos litúrgicos, por atenderem à demanda das religiões afro-brasileiras produzidos conforme as determinações do sistema religioso, reafirmam seu pertencimento a determinado grupo social e às normas de conduta e visão de mundo da comunidade religiosa, o que nos permite apontar algumas diferenças significativas e certas aproximações com o comércio em geral.

Os objetos litúrgicos comunicam os significados culturais do sistema religioso ancorados na tradição ancestral que pressupõe uma estabilidade, uma permanência, ou seja, os objetos, uma vez sacralizados no processo ritual, ganham um status religioso, comunicam mensagens específicas do âmbito do sagrado e são valorizados, cuidados e não são descartados. Em casos específicos como a morte de um *filho de santo* do Candomblé, seus pertences litúrgicos são devolvidos à natureza em um ritual. O mesmo fato se dá em relação às oferendas para as divindades e entidades que são deixadas nos rios, nas matas e outros lugares, elas não são descartadas como se não tivessem mais valor, como acontece com as mercadorias em geral; elas são ofertadas aos deuses, voltam para a natureza. Vale observar o uso habitual de recipientes de barro e de madeira para receber a comida

votiva nas oferendas deixadas nas matas, nas águas, pois esses materiais são oriundos da natureza.

Salientamos que a oferta de artigos litúrgicos afro-brasileiros em uma realidade de produção em série cada vez mais intensa, com um certo afastamento da produção artesanal, e a tradição religiosa sofrendo adaptações próprias do tempo e do espaço não alteraram os significados simbólicos dos objetos litúrgicos que ainda comunicam um mesmo padrão de mensagens específicos da cultura religiosa em questão. O que se observa é uma permanência do conteúdo e uma variação na forma (uma certa estilização) dos artigos, mas sem uma mudança efetiva da simbologia. Por exemplo, não se altera a cor utilizada na indumentária de um orixá e nem o tipo de ferramenta, no entanto, as roupas podem receber mais bordados, mais lantejoulas e plumas; a ferramenta pode ficar mais brilhante pela utilização de uma nova matéria prima em sua confecção, mas a identidade do orixá ainda está lá, pois essa não pode ser substituída pela oferta de novos produtos no mercado. Uma filha de Iemanjá consome artigos que agradam ao orixá e sua interferência como sujeito ativo nesse processo traz em si pela fé a força do arquétipo do seu orixá.

Concluímos que o gosto pessoal, a busca de um status, de uma identidade individual e coletiva do *filho de santo* está ligado a outros aspectos que não o de uma sociedade, na qual o consumo é o fator que organiza as relações sociais e as mercadorias são signos de uma cultura do descartável. Sendo assim, os comerciantes das Casas de Umbanda do Mercadão trabalham com produtos que possuem uma demanda estável, por conta da simbologia dos objetos. Mesmo com algumas inovações nas formas, são os mesmos produtos que são ofertados e consumidos nesse tipo de comércio, pois se vinculam ao sistema religioso, ao rito e à tradição.

Outro fator que nos interessa pontuar em relação ao cotidiano do Mercadão de Madureira está na forma como os comerciantes interagem com os seus clientes. Consideramos esse ponto como o diferencial do Mercado em relação às grandes lojas de departamentos e dos *shoppings*. No Mercadão, o consumidor contemporâneo é tratado pelo comerciante na forma tradicional do comércio. Os clientes são convidados a entrar, o vendedor demostra conhecimento da área de atuação e assim interfere no pedido do cliente, oferecendo novas sugestões, indica a concorrência, faz um trabalho de “corpo a corpo”, sem contar que por ser um mercado local de impacto regional, muitos clientes são velhos conhecidos o que

permite uma maior interação. As propagandas dos estabelecimentos na sua maioria, são feitas ali mesmo, através de um microfone na porta da loja e da entrega de panfletos. Alguns comerciantes possuem sites na internet, mas são uma minoria. Não existe nesse espaço marcas que se vendem sem a interferência dos lojistas. Este comportamento se repete em todas as lojas do Mercadão, inclusive nas Casas de Umbanda.

Esse caráter tradicional do Mercadão é reforçado por várias ações cotidianas. Em 2014, a publicação local "Jornal Tropical – Madureira", trouxe uma matéria de título "Comerciante do Mês". A notícia parabeniza o comerciante Daniel Mauricio Marcicano pela sua trajetória vitoriosa e de persistência no comércio. Proprietário de cinco lojas no Anexo do Mercadão de Madureira, a DM Impressões, Daniel destaca que "Faço tudo, acompanho tudo até a entrega para o cliente, a dedicação é total"[101]. Essa reportagem traduz o comportamento dos comerciantes que atuam nos mais diversos segmentos no Mercadão.

A ação dos comerciantes em relação aos clientes também pode ser demonstrada pelo posicionamento do síndico Antônio Tanque no Informativo Oficial do Mercadão Madureira, de 21 de dezembro de 2014 (edição n. 21). O informativo teve uma tiragem de 20.000 exemplares e nele o sindico parabenizou a população em relação ao convívio com as obras do BRT. "Parabéns à população que tem compreendido a iniciativa da Prefeitura, e está dando um grande exemplo de cidadania, respeitando as leis de trânsito e evitando acidentes. São atitudes simples que fazem o nosso dia ser melhor". Inferimos que os dirigentes do Mercadão têm bem definido o seu papel político e social no trato com seus clientes, inclusive na preocupação de não vender uma imagem do Mercado ligada a um único segmento comercial.

No mesmo informativo é noticiado um evento acadêmico da FAU – UFRJ, "Cidade em Conversa" - com foco no bairro de Madureira. O evento compreendeu apresentações de projetos acadêmicos que propunham intervenções no espaço público e privado, alterações arquitetônicas em prol de uma melhor qualidade de vida no espaço urbano. Essa ação aconteceu dentro do Mercadão e na Quadra da Portela. Em consonância com uma exposição comemorativa do Centenário do Mercadão. No dia do evento observamos a presença e a participação dos clientes

[101] Jornal Tropical – Madureira (dez. 2014, p. 5)

do Mercado, da comunidade do samba (Diretores da Portela), escolas públicas, memorialistas e historiadores da região. Outra notícia interessante é de uma ação empreendida na Escola Municipal Luís C. Fonseca em Madureira sobre uma exposição cultural em comemoração ao Centenário do Mercadão, com foco na importância da história do lugar. O informativo também contém dicas de serviços e noticia a chegada do Papai Noel de BRT no Mercadão.

No contexto das trocas socioculturais e políticas do Mercadão de Madureira, "cliente amigo" é o termo mais utilizado[102], pois manter boas relações, de acordo com os comerciantes, faz parte do trato comercial[103].

Acrescentamos, por fim, que o Mercadão de Madureira possui atualmente 580 lojas dos mais diversos segmentos. São eles: correios, loteria, aramados, bares e lanchonetes, bazares, bebidas, bijuterias, brinquedos, cabelereiro, casamentos, descartáveis, doces, embalagens, ferragens, hortifrúti, impressão digital, informática, joias e relojoaria, laticínios, máquinas, material de limpeza, material elétrico e hidráulico, mercearias, papelarias, pet shop, presentes, pipas, roupas e bolsas, utilidades em geral e para o lar, xerox e plastificação, artigos religiosos, ervas, animais, flores, peixaria, perfumaria, velas e, cereais e condimentos. Dentre esse universo, abriga-se um expressivo comércio de artigos religiosos afro-brasileiros, com 61 estabelecimentos do segmento religioso e afins, os quais ocupam 98 lojas, incluindo os boxes de ervas. As lojas ligadas direta ou indiretamente ao segmento religioso afro são as seguintes:

> **1- Lojas de Artigos religiosos**: Bazar São Longuinho Artigos Religiosos; Cantinho do Boiadeiro (ocupa 3 lojas); Casa Mata Verde (ocupa 2 lojas); Casa Orixá em Festa (ocupa 2 lojas); *Ilé* D'Angola (ocupa 2 lojas); O Mundo dos Orixás (ocupa 4 lojas); O Rei dos Orixás*; Ilé Oju Omi* Artigos Religiosos*; Ile Orisa*; *Iyeiola* Artigos Religiosos; Luz e Mar; Luz D'Angola; Morada dos Deuses; Mundo dos Tecidos (ocupa 4 lojas); O Mundo da Magia (ocupa 2 lojas); *Oju-Oba* Artigos Religiosos (ocupa 2 lojas); *Oxalufá* Rei dos *Orix* (ocupa 2 lojas); Petisc Artigos Religiosos (ocupa 2 lojas); Relíquias dos Orix

[102] Ver o Guia de Compras – Mercadão de Madureira (2014, p. 3).

[103] Questões mais pontuais dentro do recorte temporal da nossa pesquisa, sobre a história do Mercadão nas implicações próprias do viés econômico e comportamentos políticos em diálogo com a comunidade local foram apresentados no capítulo 1 deste trabalho.

(ocupa 2 lojas); Universo dos Orixás (ocupa 2 lojas) *Yorubá* Artigos Religiosos (ocupa 2 lojas). Um total de 19 estabelecimentos comerciais que ocupam 37 lojas.

2- Boxes e lojas de ervas: 23 boxes de ervas e a loja Germano Simões (ocupa 2 lojas). Um total de 23 boxes e 1 estabelecimento que ocupa 2 lojas.

3- Lojas que comercializam de animais vivos: Aviário Estrela do Mar (ocupa 2 lojas); Aviário Toca do Caçador; Distribuidora Cabra Branca (ocupa 2 lojas); Rei dos Cabritos. Um total de 4 estabelecimentos que ocupam 6 lojas.

4- Hortifrutigranjeiro: Hortifruti.

5- Bebidas: Tricana da Beira (ocupa 3 lojas).

6- Peixaria: Peixaria Domênico Barrone.

7- Velas: Bazar Banho & Luz; Fábrica de Velas – Air Master; e Magia dos Imãs Artesanato. Um total de 3 estabelecimentos comerciais.

8- Cereais e condimentos: Casa Lenevares Cereais (ocupa 2 lojas); Cerealista J.J. Pedro; J.G. Branco Mercearia; Mercearia Fátima dos Ramos. Mercearia Rei da Pipoca (ocupa 2 lojas); Mercearia Rosa e Conceição. Um total de 4 estabelecimentos que ocupam 6 lojas.

9- Flores: Flávia Flores

10- Perfumaria: L.C. Costa – Perfumaria 7 Cosméticos; Perfumaria Santa Cecília (ocupa 2 lojas) e Perfumaria Sorriso (ocupa 2 lojas). Um total de 3 estabelecimentos comerciais que ocupam 5 lojas.

Enfim, o Mercadão é um mercado contemporâneo e dinâmico, mas é também um mercado com práticas tradicionais de comércio. Talvez esteja aí a sua fórmula de sobrevivência em meio a um bombardeio de marcas, propagandas e *marketing.* Não é sem razão que foi considerado Patrimônio Histórico Carioca.

2.2- Mercadão: entre a tradição e a inovação.

No Mercadão, os comerciantes e os fiéis das religiões afro-brasileiras, bem como os simpatizantes criaram um espaço simbólico de negociação no qual as ofertas de produtos necessários às construções ritualísticas, assim como as trocas no campo sociocultural, se dão através do consenso e do reconhecimento de ambas

as partes que os ritos determinam “regras de conduta que prescrevem como o homem deve se comportar em relação às coisas sagradas” (DURKHEIM, 2008, p. 72). Dentro de um diálogo entre o sagrado e o profano, há um processo que possibilita a comunicação e a negociação, e exige dos envolvidos um olhar para o ritual enquanto ordenador no trato das coisas do sagrado. Para tal,

> “A alteridade tende a ser superada pela utilização de uma linguagem comum entre parceiros. É justamente o caráter próprio do rito situar-se como linguagem referente a uma ordem, senão idêntica para os interlocutores, pelo menos aceita como sistema de permuta” (RIVIÈRE, 1996, p.83)

Nesse contexto, os comerciantes do Mercado trabalham com os artigos religiosos não-sacralizados, organizados pela lei da oferta e da procura. Ao mesmo tempo, durante toda a produção, pensam as mercadorias de forma a encaixá-las nas exigências rituais. Mostram-se conscientes de que comercializar artigos para religiões afro-brasileiras implica em conhecimento ritual e observância aos princípios que regem o fazer religioso das *Casas de Santo*. A qualidade dos artigos religiosos ofertados no Mercado influencia diretamente na ligação que se deseja construir com as divindades e entidades, com os significados cosmológicos, e com a eficácia do uso desses produtos enquanto potência nas suas propriedades mágicas, religiosas e terapêuticas[104].

Ao entrevistar o Sr. Guaracy sobre o processo de compra e venda dos artigos religiosos em sua loja do Mercadão, perguntamos se esse processo envolvia alguma ritualística ou era só uma mera venda. Ele nos disse que

> É muito mais que isso. É venda, que é claro que o produto final é a venda, mas existe uma interação muito grande entre nós proprietários e os vendedores nossos e os clientes. Isso aí. Os clientes costumam ser muito fiéis, vamos dizer assim. E cria-se uma relação de amizade e confiança muito grande. O pessoal para comprar esse tipo de coisas, tipo de artigo, normalmente eles compram em locais que eles têm confiança que seja um artigo de qualidade, um artigo que não seja nada falso. Essa área é uma área muito sujeita a artigos falsos. Então existe todo um relacionamento muito forte, inclusive de consulta, porque além de tudo, nossos vendedores são eles consultores também, porque muita gente vai ali e nem sempre é o próprio zelador, o responsável pelo terreiro que vem comprar. Outras pessoas que não conhecem. Então, elas dependem muito do conhecimento do vendedor, do proprietário que seja, de quem está no balcão pra explicar

[104] Ver DOS SANTOS (2013, p.165) e VOGEL, MELLO e BARROS (s/d, p.4 . Disponível em http://lemetro.ifcs.ufrj.br/a_moeda_dos_orixas.pdf . Último acesso em 13 fev. 2016.

> pra eles o que que é aquilo ali que eles estão comprando até. O relacionamento é muito grande (informação verbal).[105]

Quando Sr. Guaracy comenta sobre artigos falsos, ele se referia, como frisou em outras conversas informais, que existe uma grande produção de artigos religiosos que não seguem as exigências preceituais quanto à forma. Essa situação faz com que a responsabilidade dos comerciantes e das lideranças religiosas se avolume, pois comprar um artigo religioso que não atenda às demandas das divindades e entidades é criar um impeditivo na construção do ritual. Sendo assim, observa-se que há mais zelo na orientação dos filhos da Casa, pois muitos dos praticantes são desinformados sobre a gama de questões que envolvem a complexidade do seu fazer religioso[106]. Tal complexidade pode ser exemplificada na fabricação e comercialização dos fios-de-conta (*ilequê* para nação *Kêtu-Nagô*) ou guias (na Umbanda). Comerciantes e principalmente os *filhos de santo* têm o conhecimento que não são meros colares de contas, são "um emblema social e religioso que marca um compromisso ético e cultural entre o homem e o santo" (LODY, 1995 p. 202). É uma marca dos deuses, das entidades, podendo indicar hierarquia e determinar ocasiões especiais. "Verdadeiros textos cromáticos que falam sobre homens, deuses e antepassados" (id. 2001, p.120). Assim, um fio-de-contas de uma cor específica traz em si a marca de um determinado orixá ou entidade. Possui um número certo de contas que são confeccionadas de materiais específicos, por exemplo, o coral africano[107]. Um fio de Xangô tem um comprimento de 35cm, miçangas brancas e marrons são colocadas alternadamente no modelo "M (1) + B (1) + M (1) + B (1) ..." (id., p. 119)[108]. Símbolos como a figa, o peixe, a moeda, o patuá, o búzio, a espada, a mão de pilão e outros podem ser usados nos fios no intuito de reforçar sua força simbólica. Mas somente com autorização dos chefes religiosos, das divindades e entidades, os fios-de-contas podem ser produzidos de outras matérias primas financeiramente mais acessíveis aos *filhos do*

---

[105] Depoimento de Guaracy Coutinho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 25 mar. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[106] Saraceni em várias publicações comenta sua preocupação sobre a falta de conhecimento dos crentes sobre sua própria religião, no caso a Umbanda, e o quanto isso abre espaço para o preconceito e para as pessoas de intenções duvidosas. O mesmo se dá no universo das outras religiões afro-brasileiras.
Ver SARACENI (2014 e 2015)

[107] Na atualidade as contas podem ser de vidro, cerâmica, de um tipo de massa e plástico. O uso de miçangas também é grande, podendo estas serem enfiadas junto com corais e búzios.

[108] Lody afirma que existem 58 tipos de "fio-de-contas, uns africanos e outros de feitura e significado afro-brasileiro" (Ibid., p. 121)

santo[109]. Colares ou guias, mesmo sem ter passado pelo ritual de purificação, de sacralização[110], são de imediato identificados como pertencentes a um de determinado orixá ou entidade, ou seja, trata-se de uma marca.

Lody nos diz que "Para saber enfiar contas para o uso próprio ou para servir outro membro do *terreiro* ou mesmo para o comércio, é fundamental o domínio do código cromático e simbólico da Nação" (ibid., p.203). Em geral, para Oxalá as contas são brancas, tanto na Umbanda como no Candomblé. Na Umbanda, normalmente as cores preta e branca são usadas nas guias da Almas.

> As contas representam o mundo místico a que pertence o iniciado e sua combinação numerológica e cromática é a representação material de sua identidade e a de seu orixá, do qual ele passa a fazer parte e vice-versa. (AMARAL, 2001, s/p).

As guias são feitas para proteção. A guia produzida para certo orixá está ligada diretamente ao médium que a usará e ao seu campo vibratório. Quando guias específicas para entidades (preto velho, caboclos e demais) são solicitadas por uma energia maior, estas só podem ser produzidas com a autorização dos dirigentes das *Casas de Santo.*

Os umbandistas e candomblecistas frisam que colares de contas servem para o fortalecimento do fiel e das rodas das quais ele participa. Reforçam que não só os fiéis, mas também os comerciantes precisam observar as características próprias do pensamento religioso afro-brasileiro no trato dos artigos religiosos, para que nenhuma regra de conduta seja quebrada no âmbito do sagrado.

Os fios-de-contas são de guarda pessoal dos médiuns ou estão nos altares das moradias dos fiéis ou nos *pejis* dos *terreiros,* como parte integrante dos assentamentos. Mas antes de ocuparem um lugar nos altares ou serem usadas no pescoço pelos fiéis, os fios-de-contas passam pelo ritual da lavagem das contas. Essa prática ritual contém em si os princípios éticos e culturais do sistema religioso a que pertencem, seja como ato religioso de purificação e de fixação do *axé* no Candomblé ou quanto essas são bentas pelo guia chefe na Umbanda para que entrem no circuito vibratório do médium. Lody exemplifica:

> Novos fios-de-contas são preparados para marcar o indivíduo quando ingressa numa nova atribuição no quadro de mando- cargos- dos terreiros.

[109] Originariamente as contas eram enfiadas em palha-da-costa, depois em cordão de algodão e hoje já se aceita o náilon.

[110] Sobre purificação e sacralização dos fios-de-contas e guias ver: LODY (1995, pp. 202-210), BASTIDE (2001, pp.40-42)

> É, sem dúvida, heráldico e condecorativo. Certamente hão de ser relativizados esses conceitos burocráticos e ocidentais num meio diferenciado, contudo atento à hierarquia à notabilidade de indivíduos visualmente emblematizados e assim reconhecidos pelos membros do terreiro e fora dele. (2001, p. 64)

Destacamos que "assentamento é o local onde são colocados alguns elementos com poderes magísticos, com finalidade de criar um ponto de proteção, defesa, descarga e irradiação" (SARACENI, 2014, p. 83). Saraceni afirma que a "entidade assentada (Orixá ou guia espiritual tem no assentamento elementos com poderes mágicos, os quais utiliza ativando-os segundo as necessidades do centro, do trabalho espiritual e dos médiuns" (ibid.). Os objetos que compõem os assentamentos estão diretamente ligados às divindades e às entidades do *terreiro.*

Em uma interpretação iconológica com base no quadro sinóptico de análise de Erwin Panofsky (2002, pp. 64-65), no que se refere ao conteúdo que constitui o universo dos valores simbólicos de um objeto através da interpretação iconológica do mesmo, considerando a forma pelo qual identificamos os símbolos em condições históricas diferenciadas frente a conceitos específicos, o fio-de-contas além de sua forma, adquire, pelo processo ritual, um conjunto de significados que o liga a uma realidade muito particular, com uma comunicação específica e uma da visão de mundo própria do universo religioso. O fio de contas, assim como as ferramentas dos orixás, são uma marca que representa a cultura religiosa de matriz africana no território nacional, símbolo de continuidade do fazer ritual que nos permite uma análise histórica da inserção da cultura material afro-brasileira no cotidiano dos brasileiros. "Os testemunhos materiais representam o homem criador, o homem usuário, diferentes contextos, diferentes momentos sociais e históricos" (Lody, 2003, p. 17).

Roberto Conduru relata que

> Os primeiros fios-de-contas integrados à coleção do Museu do Folclore Edison Carneiro foram adquiridos no final dos anos 1970 no Mercadão de Madureira, em uma típica loja de "ervas" ou de "macumba" – conforme se diz, de acordo com a afinidade ou preconceito -, onde entre materiais e artefatos, vendem as miçangas e, não raro, os colares já prontos. São típicos, portanto, de uma produção em série, sem autoria, que respeita os códigos materiais, cromáticos e quantitativos, sem a exigência do processo de fabricação ser vinculado ao ritual de iniciação" (2002, p. 2)[111]

Assim, por meio do objeto sagrado (conteúdo e forma) podemos identificar os valores simbólicos próprios da cultura material das religiões afro-brasileiras e lançar

[111] Disponível em http://www.studium.iar.unicamp.br/10/2b.html. Último acesso em 09 jan. 2016.

olhar para tradição ancestral construída no coletivo e analisar o processo histórico com ênfase em permanências e rupturas. Vale ressaltar o que o professor Vagner G. da Silva (apud. Lody, 2001, p9) afirma que as “coisas deste mundo”, terrenas, são fundamentais para a manifestação do sagrado no universo das religiões afro-brasileiras.

Retomando o contexto das discussões que abrangem o compromisso do comerciante com a autenticidade dos seus produtos, no Mercadão de Madureira – Mercadão de Ervas, a comerciante Sr.ª Fátima, erveira, ao falar sobre a sua relação com os *terreiros,* disse-nos que na prática os clientes a procuram com uma lista, mas a maioria não conhece nada de ervas.

> Elas vêm com nome e a gente orienta elas pra poder pegar as ervas. Várias listas. [...] Foi em um terreiro e ele mandou tomar banho. [...] As listas são parecidas e as mais procuradas são levante, manjericão e macassá (informação verbal).[112]

Ela também comentou que pela lista é possível saber qual foi o pai de santo ou mãe de santo que a solicitou. Quando questionada se houve muita alteração nas ervas solicitadas nas listas dos chefes de *terreiros* do final da década de 1970 até hoje, a mesma respondeu que algumas ervas sempre estiveram presentes nas listas e concluiu que foram poucas as alterações, mas alertou que se vende muito gato por lebre com a industrialização na área das ervas. “Tudo vem em saquinhos fechados, ervas moídas, não sei se são puras. Prefiro vender o galho, assim como faço aqui. Garanto o que vendo” (informação verbal).[113] Ela completa afirmando que alguns preferem as ervas ensacadas por serem fáceis de comprar, pois o nome da erva está bem visível, e também por uma questão de higiene. Fala de forma simpática que “É a gosto do freguês”[114].

Outro comerciante, Sr. Antônio ou Tonho, como ele se denominou, se disse conhecedor das coisas do santo, falou que as listas se repetem e por meio dela é possível saber sobre a seriedade da *Casa* religiosa e sobre o conhecimento do pai

[112] Depoimento de Fátima Esthephanio, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[113] Ibid.
[114] Fátima comercializa ervas trabalhadas pela indústria, mas em pouca quantidade. Alega que ali, na realidade do mercadão, o produto nesse formato não tem força. (ibid.)

ou da mãe do *terreiro.* Indagamos se ele era *filho de santo* e ele respondeu que não, mas que era um estudioso dessas “coisas do santo” (informação verbal).[115]

Em várias outras conversas informais com erveiros, pudemos inferir que pela experiência com o comércio das ervas, eles criaram uma medida de avaliação do conhecimento religioso dos *filhos de santo* com base no quanto eles sabem sobre a utilidade prática das ervas que procuram. Afirmam que este saber não é muito, sendo assim eles têm muita responsabilidade na hora da venda, pois o santo recusa o trabalho quando a erva está errada, sem contar que é um compromisso sério, ético, que eles assumem ao vender esses produtos para o *povo do santo.*

O que acontece no comércio das ervas nos permite uma análise interessante, pois as ervas são fundamentais na construção dos ritos das religiões afro-brasileiras, tanto nos *terreiros* como fora deles, no recinto dos lares dos fiéis e simpatizantes, seja nos banhos de purificação e descarrego ou no consumo de chá para uso terapêutico/medicinal. Na prática religiosa, para utilizar as ervas, é necessário conhecimento dos efeitos da planta em si, mas também é obrigatório saber o papel das ervas no processo ritual, pois elas são associadas as divindades e entidades, potencializam a função mágico-religiosa, e estão nos assentamentos, nas oferendas[116], ou seja, o critério e as exigências rituais precisam ser seguidas de forma rigorosa.

Nesse contexto, observamos que as ervas industrializadas causam mais um ruído. Além do já diagnosticado problema de desconhecimento das ervas por parte dos fiéis, que ficam de certa forma à mercê dos comerciantes erveiros, ou em uma dependência maior das lideranças religiosas que se desdobram no acompanhamento do uso das ervas, o ruído o qual nos referimos tem duas vertentes. O primeiro problema está na forma como as ervas são trabalhadas pelas indústrias. As ervas são trituradas, ensacadas e nominadas, todas com a mesma aparência, perdem em aroma e em sabor, sem contar que para muitos rituais, elas precisam estar frescas para serem maceradas ou usadas no formato de galhos ou de folhas soltas, ou seja, usar as ervas industrializadas, nesses casos, não é uma

[115] Comerciante informal de Madureira que compra no Mercadão para vender nas imediações. Depoimento informal de Antônio [vulgo Tonho] , concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 25 mar. 2013. Sobre a importância da lista de artigos religiosos e sua relação com as lideranças religiosas ver: VOGEL, MELLO, BARROS (2001, pp. 13-14).

[116] No próximo capítulo apresentaremos as ervas e suas funções nos assentamentos e oferendas de forma mais detalhada.

adaptação que funcione em termos ritualísticos. A segunda questão passa por uma certa acomodação por parte de alguns fiéis e de muitos simpatizantes que adquirem a erva industrializada em uma ação de menor esforço. Distanciam-se cada vez mais do conhecimento necessário do fazer ritual e da tradição religiosa, comportamento que pode comprometer os resultados.

Os erveiros levantam outra questão: a possibilidade de diagnosticar por meio da lista de ervas a forma como a liderança do *terreiro* conduz a pratica religiosa da sua *Casa*. Essa observação é pertinente, principalmente no que tange às possibilidades de análises das adaptações que podem sofrer o processo ritual perante a oferta de produtos no mercado, ou seja, como os *terreiros* releem a tradição perante as possíveis dificuldades de aquisição dos produtos necessários à boa condução do rito.

Nesse contexto, no Mercadão, os comerciantes trabalham articulando tradição e inovação. Aceitam nos seus espaços a interferência dos mais velhos no santo, não só pelo seu conhecimento, mas também quando estes estão no trabalho de orientação pedagógica da compra feita pelos novatos (*abiãs),* que devem seguir os preceitos rituais exigidos pelo *terreiro.* As listas de compras dos artigos religiosos para as festas, oferendas e assentamentos, em sua maioria, são produzidas de acordo com a oferta de produtos do mercado, adaptadas quando necessário, por exemplo, no caso de escassez de certos artigos. Mas qualquer substituição de produtos só pode acontecer com a concordância dos chefes dos *terreiros,* que *entram* em contato com as divindades e entidades para as quais se destinam os trabalhos, e a partir daí liberam ou não a compra.

Alguns pesquisadores da História da Baixada do Irajá, como seu Ronaldo Martins (informação verbal)[117], afirmam que o Mercadão chega a ditar tendências nas compras, ou seja, influencia na lista, devido a novas ofertas próprias da industrialização e de novas matérias primas disponíveis no mercado para a confecção dos artigos religiosos. José Joaquim (informação verbal)[118], do marketing,

[117] Depoimento de Ronaldo Luiz Martins, concedido a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[118] Depoimento de José Carlos Joaquim, concedido a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

e Guaracy Coutinho (informação verbal)[119] não concordam com isso. Eles apostam na tradição.

Ao entrevistar um jovem funcionário (informação verbal)[120] de uma Casa de Umbanda no Mercado que se denominou umbandista, ele nos disse que todo ano a loja passa por um tipo de ritual para renovar as energias positivas, para que possam ter as bênçãos dos orixás no relacionamento com os clientes, para que eles possam comprar corretamente os produtos, e para que as vendas sejam boas.

Observamos que, de uma maneira geral, no Mercadão, os funcionários e proprietários das lojas de Umbanda, quando não são do santo, fazem questão de conhecer os processos que envolvem os rituais para orientar minimamente seus clientes, além de estarem sempre atentos ao calendário litúrgico dos *terreiros.* A reportagem do jornal O Globo, de 05 de fevereiro de 1988, ilustra nossa observação.

> Cuidado ela não pode ser fotografada senão vira Obaluaê!" – grita Isabel Nascimento Ferreira, dona da loja Boowana (artigos religiosos) ao deparar com a câmera apontada para uma moça toda de branco e cabisbaixa, que havia entrado na loja naquele momento. [...] Esta cena é comum no setor de varejo no primeiro andar do Grande Mercado de Madureira [...] de acordo com seus rituais, quando a pessoa se "entrega" ao santo deve evitar qualquer tipo de luz forte para a "entidade" não se manifestar. (1988b, p.10)

O envolvimento entre os comerciantes e o *povo do santo* é facilmente identificável, basta caminhar pelas galerias do Mercado.

O Jornal O Globo de 05 de fevereiro de 1988 (Matutina, Jornais de Bairro, p.10), comenta da crise financeira brasileira de então, mas ressalta em matéria intitulada "Fé sustenta lojas de umbanda em tempo de crise" que o Grande Mercado de Madureira, com 28 lojas de Umbanda e Candomblé parece não viver nenhuma crise econômica. Diz a reportagem: "clientes certos de várias regiões do país e oferecem desde paramentos e imagens até animais para oferendas em rituais". Cita-se a fala de João Luís da Conceição da Silva, então proprietário da Casa dos Orixás em Festa, que "conta que o mercado é rendoso, pois em época de crise, a fé aumenta junto com a venda de artigos religiosos". Comenta-se também que o comerciante teve um Natal de muitos lucros e que a venda de velas e colares foi

[119] Depoimento de Guraracy Coutinho, concedido a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 25 mar. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[120] O funcionário pediu para não ser identificado por motivos pessoais. Depoimento informal concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 12 set. 2003.

enorme. A mesma reportagem reforça que no Mercado existe uma produção paralela mais artesanal com um atendimento diferenciado.

> A Casa Oxalá – especializada em tecidos, confecções e paramentos dos orixás – tem um estilista próprio para criar as roupas adequadas a "entidade", segundo a tradição umbandista. Ali o movimento é equilibrado durante o ano, de acordo com o proprietário, Carlos Alberto. (O GLOBO, 1988, p.10)

De acordo com o jornal, o comerciante Carlos Alberto acrescenta que os fiéis compram para agradar os santos.

O Jornal do Brasil de 25 de abril de 1989 (p.6) traz uma matéria de Marcelo Tognozzi, intitulada "Magos e bruxos comandam a festa". Nela, o autor escreve que o Rio de Janeiro

> Além de ser a cidade brasileira com maior número de mestres iniciados na arte da magia, as lojas especializadas em feitiçaria constatam um aumento de 50 em relação ao ano passado nas vendas de produtos assustadores: morcegos secos, cabritos para o sacrifício, cobras e corujas usadas em rituais.

A matéria em si, como um todo, mostra-se preconceituosa e reducionista. Coloca magos, *babalorixá*s, feitiços, magia negra, magia branca, sacrifício, tudo em um pacote só como se fossem uma única representação de um Rio exotérico. Mas o que nos interessa é o fato de o Mercadão de Madureira ser citado como o maior fornecedor de produtos para o que o autor chamou de "rituais mágicos", e os dados econômicos ali apresentados, como o preço do quilo do cabrito que era NCz$ 2,50 e o fato de uma das maiores lojas do Mercadão do período, a Laço de Boiadeiro, ter registrado 50% de aumento em suas vendas, entre março de 1988 a março de 1889. A reportagem registra que no mesmo estabelecimento: "o consumidor, feiticeiro ou aquele que deseja realizar algum feitiço encontra morcego seco (NCz$5,90 o pequeno e NCz$10 o grande), cobras (NCZ$25), pequenos caixões (NCz$1,10), pata de veado (NCz$1,50) ou pés de garça (NCz$7 o par) "[121]. Além disso, a fala do gerente da loja, Ricardo Conceição Lima, que segundo o repórter estava satisfeito com o resultado das vendas – "hoje a casa vende uns dez morcegos secos grandes por mês, 30 caixões e pelo menos 30 caixas de velas de sete dias"[122]-, é significativa. A reportagem registra também que na loja Oxalá Tecidos, o proprietário Carlos Alberto Torqueto está empolgado com aumento de mais de 50% nas vendas.

[121] Jornal do Brasil (1989, p.6)
[122] Ibid.

> De acordo com Torqueto, os tecidos mais usados em rituais e magia e feitiçaria são o lamê brocado (NCz$12,80), organza com brilho (NCz$20,80), devorê (NCz$19,80) e o sofisticado *gripure* (NCz$128). “As vendas subiram por causa do congelamento e não pelo aumento no número de adeptos aos cultos”, acredita Torqueto[123].

E ainda aparece nesse texto que, das 370 lojas do Mercadão, 10% se dedicam ao ocultismo. Vale pontuar que na citada reportagem não há uma ligação do Mercado com as religiões afro-brasileiras propriamente ditas, mesmo contendo entrevistas com *babalorixá*s, pois o autor considera tudo como bruxaria e magia.

Na mesma matéria[124], não há considerações mais profundas sobre o sistema religioso e o aumento no número de fiéis do Candomblé, da Umbanda ou de outras religiões, observando que nesse período as religiões afro-brasileiras ainda eram consideradas pela *sociedade em geral* como cultos e não como religiões, sem contar o grande desconhecimento sobre as mesmas.

No contexto, a ignorância sobre o papel religioso dos chefes de *terreiros* pode ser demonstrada pela forma como o autor da matéria, Marcelo Tognozzi, se referiu a outro entrevistado, o sociólogo *babalorixá* Fernandes Portugal, então diretor do Centro de Estudos e Pesquisas de Cultura Yorubana, chamando-o de “dublê de feiticeiro”. Pelo dado poderemos atribuir a esse tratamento “dublê de feiticeiro” um caráter pejorativo e preconceituoso por parte do repórter. O citado *babalorixá* teria explicado sobre o aumento dos fiéis nos “cultos afro-brasileiros”. “É que eles permitem a comunicação direta da pessoa com entidades sobrenaturais e são extremamente democráticos na admissão de pessoas”.[125] Questões econômicas mais profundas como valorização ou desvalorização do poder de compra dos clientes do Mercado no âmbito da economia nacional, não foram discutidas, exceto pelo breve comentário do dono da loja Oxalá Tecidos.

A despeito das leituras equívocas e até preconceituosas sobre as religiões afro-brasileiras, o comércio do Mercadão acompanhou o crescimento e as novas tendências na produção e venda dos artigos religiosos.

A discussão entre tradição e inovação em relação à produção e à oferta de artigos no comércio religioso especializado passa pela produção em série desses artigos e a aceitação ou não desses produtos pelas lideranças religiosas, tradicionalmente ligadas a confecção artesanal dos aparatos litúrgicos com matérias

[123] Ibid.
[124] Jornal do Brasil (1989, p.6)
[125] Ibid.

primas naturais. É necessário observar que a cultura material das religiões afro-brasileiras está vinculada a

> estilos representativos de seu sistema cultural, herdado por transmissão oral e que mantêm, na medida das possibilidades oferecidas pelo contexto mais amplo, as características étnicas do grupo africano de que se originaram [...] formados a partir de duas matrizes banto e sudanesa. (AMARAL, 2002, p.1)

Identificamos nos anos de pesquisa, que mesmo com o comércio de artigos religiosos produzidos em larga escala pela indústria, muitas lojas do Mercadão mantiveram uma produção artesanal simultânea para atender exigências mais especificas de alguns rituais, dos quais certos *babalorixás e ialorixás* não abrem mão. Como acontece do primeiro enxoval da *iaô* no *Ilê Omolu Oxum*, aqui já citado.

Observamos que o comércio de artigos religiosos afro-brasileiros ficou mais atraente a partir da segunda metade da década de 1970. Atribuímos tal crescimento dos investimentos na produção industrial em série desses artigos a uma maior liberdade de culto, à descriminalização e incentivo governamental ao turismo brasileiro, com foco na cultura afro-brasileira.

Novas matérias primas manipuladas pela indústria passaram a ser utilizadas, não só pelas novas ofertas desses produtos, mas pelo custo mais baixo e pela descoberta de uma nova plasticidade que atendia a estética religiosa. Amaral contrapõe-se à leitura geral e afirma que, entre o conservadorismo da tradição afro-brasileira, há uma capacidade de adaptação.

> Este caráter conservador é, normalmente, discursivo, pois como mostraram vários autores, as religiões afro-brasileiras são imensamente flexíveis e se adaptam ao contexto em que se inserem, estabelecendo mudanças quando necessárias. Foi, inclusive, este seu caráter que permitiu-lhe a sobrevivência em condições extremamente adversas, como no período da escravidão e mesmo depois, quando foram proibidas e perseguidas por influência da Igreja Católica junto ao Estado. (ibid.)

Amaral levanta uma outra questão significativa, a estilização dos objetos rituais por parte das indústrias (produção em série), com o intuito de torná-los mais legíveis a grupos distintos, fora e dentro do meio religioso, entre adeptos e simpatizantes.

> Neste processo ocorrem transformações significativas, pois sempre existe um conteúdo simbólico ritual específico e internalizado na convivência com a religião, para quem faz e utiliza os objetos (no caso dos artífices e adeptos da religião), e que é diluído quando do processo de industrialização ou serialização, no qual são considerados primordiais, além dos custos, os valores etno-estéticos da comunidade mais ampla, ou seja: um mesmo objeto pode (e deve) conter formas e elementos mínimos que permitam sua

> aquisição tanto por membros do candomblé de rito angola (modelo banto), quanto de rito ketu (sudanês) e, se possível, também para a umbanda e outras modalidades de cultos afro-brasileiros. (Ibid., p. 2)

Esse processo de alteração na forma dos artigos religiosos, que Amaral chamou de estilização, e que em termos de produção e comércio define um certo padrão estético incorporado pelas diferentes religiões afro-brasileiras, não pode ser lido como um processo homogeneizador do sistema religioso. Esta realidade não minimiza a força da tradição de religiões como a Umbanda e o Candomblé, dentre outras manifestações religiosas afro, ao contrário, reafirmam nosso entendimento que a tradição continuamente se reinventa[126], se rearticula sem perda da sua marca originária. O compromisso ancestral com a cosmologia, com o sistema religioso se mantém preservado na prática cotidiana por meio dos mitos e ritos, a despeito das adaptações necessárias, seja pela falta da matéria prima natural, pela escassez de artesãos especializados, ou pelo alto custo desses produtos, principalmente quando produzidos manualmente em um tempo longo.

Assim, inferimos que desde do final da década de 1970, os comerciantes das lojas de Umbanda do Mercadão trabalham articulando suas vendas entre os produtos industrializados e os artesanais. O produto artesanal é, destacamos, mais caro e atende a grupos específicos, mas no Mercadão de Madureira as mudanças ocorridas neste tipo de comércio podem ser observadas em vários aspectos, o que pontuamos pelas entrevistas. Citamos, desse modo, a atual valorização das raízes africanas em vários níveis da sociedade e a observância da estética africana na produção das peças vendidas no Mercadão. Como no comentário do Sr. Ronaldo Martins, “a estátua de gesso [antes][127] quase sem forma hoje são verdadeiras peças de arte” (informação verbal)[128]. Além disso, a fala de José C. Joaquim, referindo-se as décadas de 1970, 1980 e a primeira metade dos anos de 1990: “No passado as Casas de Umbanda aqui tinham lojas de Umbanda que vendiam sapo [...] vendiam caramujo [...] Conheci um cara que caçava mosca e vendia para uma loja ali dentro” (informação verbal)[129]. Ele completa que no Mercadão se vendia coração de boi fechado, que era bom para macumba e custava muito caro. Afirma ainda que isso

[126] Ver HOBSBAWN, Eric,1997

[127] Grifo nosso

[128] Depoimento de Ronaldo Luiz Martins, concedido a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[129] Depoimento de José Carlos Joaquim, concedido a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

não cabe mais na realidade do Mercado, é uma questão de saúde pública. Comenta que os pais de santo tiveram que mudar a prescrição, para se adaptar à legislação sanitária. Por fim, José C. Joaquim ilustra outra mudança: “Hoje tem um cara aqui em baixo que não sei se você reparou, faz roupa de santo. Você viu? Ele tem uma estrutura de indústria têxtil, máquinas e o caramba. Se quer manter as coisas tem que mudar”(informação verbal)[130]. Já Horácio Afonso (informação verbal)[131] destacou que na loja Mundo dos Orixás, encontra-se o proprietário Helton que, segundo eles, é a pessoa mais forte do Brasil no que se refere ao comércio de artigos religiosos. Afirmam que ele comercializa inclusive com o exterior. Registra-se também que alguns comerciantes desse seguimento já trabalham com as vendas online. (A título de registro a loja Mundos Orixás tem mais de 30 anos de Mercadão).

Em síntese, para efetuar as comparações entre o mercado de viés capitalista e o mercado de artigos religiosos que têm lugar no Mercadão, sem descolá-los do contexto sociocultural no qual estão inseridos, apresentamos vários casos que foram analisados com base num certo conjunto de variáveis e indagações que nos permitiram tirar algumas conclusões.

Em relação ao intenso comércio de artigos religiosos do Mercadão, podemos apresentar alguns fatores que favoreceram a grande procura por esse tipo de mercadoria, o que tornou oportuno ao espaço comercial aquisição de uma identidade singular própria dos lugares afetivos, dos espaços vividos. Dentre os fatores que oportunizaram tal configuração, está o número elevado de clientes interessados em artigos litúrgicos para as práticas religiosas afro-brasileiras. Associamos o sucesso junto a esses consumidores a fatores que foram diferenciais nas relações entre pessoas e grupos, como parte do processo das interações humanas que se deram no Mercadão, dentre eles: a preocupação por parte dos comerciantes em manter um estoque de mercadorias produzidos em diálogo com o sistema religioso do Candomblé, da Umbanda e demais religiões de matriz africana. O respeito à prática ritual dos *filhos de santo* no processo de aquisição de bens simbólicos é outro elemento. Ainda um outro fator passa pelo Mercadão oferecer ao cliente um espaço limpo, aconchegante, seguro e de confiança comercial. O

[130] Ibid.

[131] Depoimento informal de Horácio Afonso, concedido a Joanice de S. Vigorito. Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 15 abr. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

Mercado é nesse sentido, um lugar de encontros sociais e estimula as trocas culturais com ações diversas, como a festa de Iemanjá.

Para reforçar a ideia de um crescimento promissor do mercado religioso afro-brasileiro vivenciado no interior do Mercadão, citamos a publicação de junho de 2006, da revista *Isto é Dinheiro*: "No que se refere ao mercado de produtos religiosos, trata-se de um nicho que cresce em torno de 30% ao ano e gera receitas superiores a R$ 3 bilhões, movimentando mais de 900 empresas". Em período posterior, em agosto de 2010, a Macroplan – Prospectiva, Estratégia e Gestão[132] disponibilizou o caderno "Mudanças no Perfil do Consumo no Brasil: Principais Tendências nos Próximos 20 Anos"[133], de autoria de Rodrigo Ventura, e nele consta que dentre as tendências com potências positivas, o "consumo em nichos" é fundamental. A partir disso, observa-se o "aumento da procura por serviços e produtos direcionados a mercados (públicos) específicos"[134], constando dentre eles, o mercado religioso e afrodescendente.

Além do comércio capitalista, a religião fornece uma possibilidade de leitura do mundo e

> fornece matrizes para construção deste mesmo mundo impregnando-o de signos e valores que ultrapassam o próprio sistema religioso. Portanto, seria possível "ler" a cultura brasileira a partir dos códigos do sistema religioso afro-brasileiro e, ao mesmo tempo, "ler" os códigos deste sistema a partir dos valores da cultura brasileira" (Amaral, Rita, Silva Vagner G. , 2006, p. 107)

Dito isso, passaremos ao próximo capítulo que trata das festas dos *terreiros,* principalmente no que se refere a produção do rito nas relações com o Mercado.

---

[132] A Macroplan Prospectiva Estratégia & Gestão é uma empresa brasileira de consultoria em cenários prospectivos, administração estratégica e gestão orientada para resultados. Com 20 anos de atuação no Rio de Janeiro, em São Paulo e Brasília.

[133] Disponível em http://www.macroplan.com.br/Documentos/ArtigoMacroplan201_0817182941.pdf Último acesso em 05 set. 2015.

[134] Ibid.

Capítulo 3- O Mercado e as festas religiosas afro-brasileiras

Neste capítulo nós nos propomos a pensar as relações das festas religiosas afro-brasileiras com o mercado. Enfatizamos que compreendemos o papel do Mercadão de Madureira nesse processo através de três afirmativas: 1. O Mercado como espaço sagrado por abrigar parte do ritual religioso afro-brasileiro em rede direta com os *terreiros*; 2. O Mercado como lugar de trocas socioculturais e, 3. O Mercado como ponto de aquisição de produtos que adquirem para comunidade religiosa afro-brasileira o status de bens simbólicos.

Reafirmamos que o termo “afro-brasileiras” de maneira alguma pode ser considerado homogeneizador no que se refere a essas complexas religiões, pois estas possuem suas raízes em ações de resistência à escravidão e se construíram nas lutas contra o preconceito e a desigualdade social no Brasil. São religiões que se organizaram em prol de uma identidade própria, aproximando-se ou se distanciando de uma influência africana originária. Na atualidade essas religiões possuem fiéis de todos os lugares e de várias etnias. Justamente devido a essa diversidade e complexidade, optamos por discutir neste trabalho somente o universo do Candomblé e da Umbanda em questões bem pontuais que envolvem o sistema simbólico de uma e de outra, as relações do homem com a sociedade e com o sagrado, no que tange ao uso de artigos religiosos nos rituais e nas relações de troca no Mercado. Partimos da compreensão que tanto o Candomblé quanto a Umbanda são religiões e não seitas.

Para tal, se faz necessário levantar minimamente a origem e a trajetória da Umbanda e do Candomblé na tradição brasileira. Neste contexto**,** os primeiros estudos sobre as religiões de matriz africana datam do final do século XIX, com as pesquisas polêmicas, de Nina Rodrigues, posteriormente denominadas como preconceituosas e ultrapassadas, mas mesmo assim, consideradas fontes importantes da História do Brasil e que não podem ser desprezadas por nenhum pesquisador. Nina Rodrigues em “Os Africanos no Brasil”, livro publicado em 1933, 27 anos depois de sua morte, afirma que em 1826, “Nas matas do Urubu, em Pirajá, tinha-se constituído um quilombo, que se mantinha com o auxílio de uma casa

fetiche da vizinhança, chamada a casa do Candomblé"[135]. Vivaldo da Costa Lima em sua obra "Os obás de Xangô"[136], associa o Candomblé aos quilombos e também às revoltas escravas. Costa Lima por isso nos diz que a sociedade secreta *Ogboni* teria participado da revolta de 1809 no território baiano. Neste contexto, Elisa Larkin Nascimento (1994, p.171) atribui a esses autores a identificação de que na primeira metade do século XIX surgiu na Bahia as Casas tradicionais "Ilê-Iya Nassô Oká (Casa Branca) e as duas casas diretamente dela derivadas: o Ilê Oxóssi e Ilê Axé Opô Afonja".

No livro "Os Candomblés Antigos do Rio de Janeiro – A nação Kêtu: origens, ritos e crenças", o professor Agenor Miranda da Rocha[137] registrou suas memórias. Nele consta que no final do século XIX, surgiram no Rio de Janeiro as primeiras Casas de Candomblé Kêtu, sendo que a mais conhecida, fundada por volta de 1886, era a de João Alabá (Omolu) na rua Barão de São Félix Saúde. No mesmo ano, Mãe Aninha de *Xangô* fundou sua Casa no bairro da Saúde, que mais tarde foi transferida para São Cristóvão. Por fim, em Coelho da Rocha, no mesmo período, Benzinho *Bamboxê* (*Ogum*) abriu sua Casa na rua Marquês de Sapucaí e Cipriano *Abedé* (*Ogum*) na rua João Caetano.[138]

O *terreiro* mais famoso do estado do Rio de Janeiro, que aconteceram em meados do século XX, era o da Tia Ciata (Hilária de Almeida), filha de João Alabá, situada a Rua Visconde de Itaúna, número 119, no Centro da cidade do Rio de Janeiro[139]. Ela era uma liderança religiosa que se articulava bem com os políticos da então capital do país, o que lhe concedia uma licença especial para as cerimônias religiosas e para as rodas de samba. Apesar disso, devido as reformas urbanas modernizadores do início do século XX, o *terreiro* de Tia Ciata foi deslocado do centro da cidade, e como as demais *Casas de Santo* transferidas para as regiões Norte, Oeste da cidade do Rio de Janeiro e para a Baixada Fluminense.

---

[135] Esta publicação é parte da Biblioteca Virtual de Ciências Humanas do Centro Edelstein de Pesquisas Sociais – www.bvce.org (2010, p. 55) Último acesso em 14 fev. 2016.

[136] Ver LIMA (1981)

[137] Filho de diplomata português, em Salvador foi iniciado no Candomblé aos cinco anos de idade por mãe Aninha. Já adulto fixou residência no Rio de Janeiro e foi iniciado como *babalaô* por Cipriano Abedê. O filho de Oxalá se tornou professor do Colégio Pedro II e lá ficou até a aposentadoria.

[138] Ver ROCHA (1994, p.31 a 33)

[139] Em 1942, a Rua Visconde de Itaúna desapareceu com a abertura da Avenida Presidente Vargas.

Vale observar que foi no fim do século XIX que apareceram os primeiros registros do espiritismo kardecista francês no território brasileiro, dado importante já que a Umbanda, religião considerada autenticamente brasileira, nasceu da união das tradições africanas, kardecistas e católicas[140]. Mas antes da fundação da Umbanda, teve origem no Rio de Janeiro a Macumba, que absorvia várias práticas religiosas do espiritismo kardecista e do Candomblé, e cultuava os caboclos e os pretos-velhos, com inserção em várias classes sociais. Tina Gudrun Jensem (s/d, p. 3) coloca que "A heterogeneidade étnica e social dos membros e dos clientes da Macumba fez dela uma religião que pode mediar os antagonismos religiosos entre baixo espiritismo e alto espiritismo. Desta forma a Macumba antecipou a Umbanda". Mais tarde a denominação Macumba acabou ganhando um viés pejorativo, sendo conhecida como "baixo espiritismo"[141], o que de certa forma se mantém até os dias atuais.

Segundo algumas vertentes da Umbanda,[142] sua origem se deu em 15 de novembro de 1908, quando o caboclo Sete Encruzilhadas[143] incorporou-se no jovem Zélio Fernandino de Morais, filho de família católica, então com 17 anos. Conta a história que o rapaz estava com uma doença desconhecida e que depois do evento da incorporação, ele amanheceu curado. Por sugestão de um amigo da família de Zélio, ele foi levado a Federação Espírita de Niterói. No local, recebeu os espíritos de negros escravos e caboclos. O jovem foi advertido pelos membros da Federação que esses espíritos eram inferiores. Zélio, em transe, argumentou com os membros da casa e comunicou que fundaria uma religião para os humildes e que pregaria a igualdade. No dia seguinte, os médiuns espíritas procuraram o rapaz para observar suas ações e presenciaram Zélio novamente incorporado pelo caboclo. Na mesma reunião, os médiuns presentes começaram a receber pretos velhos e caboclos. O caboclo Sete Encruzilhadas anunciava, assim, a chegada da Umbanda, e dessa forma, no ano de 1908, fundou-se a primeira Casa de Umbanda que recebeu o nome de Tenda Espírita Nossa Senhora da Piedade, em São Gonçalo, atual, estado do Rio de Janeiro. "A denominação de "Tenda" foi justificada pelo Caboclo: Igreja,

[140] Ver PRANDI (1997, p. 3) e Trindade (2014, pp. 111-112)

[141] Ver JENSEN (s/d. p.3). Disponível em http://www.pucsp.br/rever/rv1_2001/t_jensen.htm

[142] No século XX, após a Umbanda surgir no território Nacional, ela se diversificou, cresceu e diferentes vertentes da religião se estabeleceram no Brasil, como a Umbanda Popular, Umbanda Tradicional, Umbanda Branca e outras, no entanto, com dois pontos em comum: a prática da caridade e a manifestação dos espíritos no culto ritual.

[143] Caboclo Sete Encruzilhadas: Entidade chefe de Falange, na Linha de Oxóssi. CACCIATORE (1988, p. 73)

Templo, Loja dão um aspecto de superioridade enquanto que Tenda lembra uma casa humilde" (TRINDADE, Diamantino Fernandes, 2014, p.123).

Estudiosos como Renato Ortiz, Reginaldo Prandi e outros identificam o nascimento da Umbanda aos anos de 1930, pois consideram a religião umbandista, brasileira e urbana, com caráter eclético, que atende a vários grupos sociais, e fruto de um período de desagregação e de transformações sociais, Isso permitiu que essa nova religião reinterpretasse antigas tradições e se afastasse do Candomblé e das origens africanas.

> A umbanda absorveu do Kardecismo algo do seu apego às virtudes da caridade e do altruísmo, assim fazendo-se mais ocidental que as demais religiões do espectro afro-brasileiro, mas nunca completou este processo de ocidentalização [...]. (PRANDI, 1997, p. 3)

A Umbanda manteve em seu culto o panteão de deuses africanos, absorveu o Kardecismo na forma de comunicação com os espíritos e na prática da caridade, bem como o culto aos santos católicos e se compreendeu como religião universal[144].

No ano de 1939, foi fundada no Rio de Janeiro a Federação Espírita de Umbanda, depois denominada União Espírita de Umbanda do Brasil (UEUB). Sua criação se deu sob a orientação do Caboclo Sete Encruzilhadas, com o objetivo de unir as diversas Tendas de Umbanda da cidade. Durante os dias 19 a 26 de outubro de 1941[145], a Federação realizou no Rio de Janeiro o primeiro Congresso Brasileiro do Espiritismo de Umbanda, com a intenção de definir princípios básicos da religião. No final dos debates algumas conclusões significativas foram apresentadas, dentre elas:

> ***[1]*** O Espiritismo de Umbanda é uma das maiores correntes do pensamento humano existentes na terra há mais de cem séculos, cuja raiz provem das antigas religiões e filosofias da índia, fonte e inspiração de todas as demais doutrinas religioso-filosóficas do Ocidente; [...] ***[2]*** Sua Doutrina baseia-se no princípio da reencarnação do espírito em vidas sucessivas na terra, como etapas necessárias à sua evolução planetária; [...] ***[3]*** O reconhecimento de Jesus como Chefe Supremo do Espiritismo de Umbanda, a cujo serviço se encontram entidades altamente evoluídas, desempenhando funções de guias, instrutores e trabalhadores invisíveis, sob a forma de "caboclos" e "pretos velhos". [Grifo nosso][146]

---

[144] Ver ORTIZ (1978, pp. 28 a 31) e Prandi (1997, pp. 1 a 3)

[145] Disponível na Biblioteca Pública Virtual – mLopes eBooks http://www.ebooks.byhost.com.br . Editado pela FEDERAÇÃO ESPÍRITA DE UMBANDA Rua São Bento, 28 -- 1° andar Rio de Janeiro 1942 "Jornal do Commercio" — Rodrigues & amp; C. AV. Rio Branco, 117 — Rio de Janeiro- 1942.

[146] Ibid., p. 120

O Congresso também sublinha que a Umbanda tem origem na parte oriental da África, principalmente no Egito, considerada uma área mais civilizada, mas que nos primórdios da sua evolução, a Umbanda sofreu deterioração das suas tradições, quando teve contato com outros povos rudimentares do território africano. Entretanto, o Congresso ressalta que a Umbanda é uma religião do Oriente, por isso seu nome ter origem na língua sânscrita - Umbanda: “"Princípio Divino"; "Luz Irradiante"; "Fonte Permanente de Vida"; Evolução Constante[147]”. Além disso afirma-se que o contato da Umbanda com os povos ditos rudimentares explicaria a chegada da religião no território brasileiro.

Neste contexto, a aproximação com o catolicismo, de certa forma, explicita a inserção da Umbanda Branca, ligada ao espiritismo kardecista, nas classes média e alta brasileiras do período. Pessoas que abraçaram a Umbanda como religião, e outros, como “segunda” religião, devido a uma certa maleabilidade no nível das práticas religiosas vivenciadas por parte dessa fatia da população, que frequentava a igreja católica durante o dia e o *terreiro* à noite. Sem contar que as concessões governamentais eram traduzidas em uma menor incidência de perseguições policiais sobre os umbandistas em relação aos *terreiros* de Candomblé. Isso não significava uma falta de perseguição a Umbanda, mas o nível social dos frequentadores era um ponto atenuante e suavizador das repressões policiais.

Na metade da década de 1940, com a redemocratização do país, observamos um movimento de aproximação maior de alguns grupos umbandistas com as raízes africanas. Neste contexto surge uma Umbanda de Linha Africana valorizando sua origem tanto na África como na Índia[148]. Vale observar que, na atualidade, a Umbanda, em suas várias vertentes, é considerada uma religião brasileira e luta pelo fim dos preconceitos que tanto assolam as religiões que possuem raízes africanas.

Nas décadas de 1930 e 1940, Artur Ramos em: “Os horizontes místicos do negro da Bahia” (1932), “As Culturas Negras no Novo Mundo (1937) e O “Negro Brasileiro” (1940), bem como as publicações de Edison Carneiro, como: “Religiões Negras” (1936) e “Negros Bantos” (1937), discutiram as práticas religiosas negras no Brasil e começaram a pensar essa religiosidade como um culto nacional. No

[147] Disponível na Biblioteca Pública Virtual – mLopes eBooks http://www.ebooks.byhost.com.br . Editado pela FEDERAÇÃO ESPÍRITA DE UMBANDA Rua São Bento, 28 -- 1° andar Rio de Janeiro 1942 "Jornal do Commercio" — Rodrigues & amp; C. AV. Rio Branco, 117 — Rio de Janeiro- 1942.

[148] Ver MATTA E SILVA (2000)

entanto, havia pouca compreensão das relações simbólicas que uniam África e Brasil e, por isso produziram-se análises fragmentadas dos rituais afro-brasileiros.

Também na dinâmica da década de 1940, ocorreu uma grande movimentação dos *filhos de santo* na cidade do Rio de Janeiro, pois três dos seus primeiros candomblés tiveram suas portas fechadas. Em contraponto, outras *Casas-de-Santo* foram abertas, mas um pouco mais distantes, no subúrbio do Rio e na Baixada Fluminense. Vários foram os motivos que provocaram a saída dos *terreiros* do centro da cidade, dentre eles, as péssimas condições de moradia e saúde nos bairros pobres do centro, as reformas urbanas empreendidas pelos órgãos governamentais cada vez mais aceleradas e as questões do preconceito religioso.

Nos anos seguintes, já na década de 1950, muitos foram os trabalhos que se propuseram a analisar o que já era compreendido como religiões afro-brasileiras, como podemos observar nas obras Roger Bastide, Cândido Procópio Ferreira de Camargo, Pierre Fatumbi Verger, René Ribeiro, dentre outros. Pierre Verger[149] foi um dos mais importantes pesquisadores dos cultos africanos e durante três décadas (1949 a 1979), viajou do Brasil para África e vice-versa, assim contribuindo significativamente para estruturação ritual do Candomblé no Brasil.

Agenor Miranda (1994, p. 34) afirma que “As décadas de 1950 e 1960 podem ser consideradas como os “anos de ouro” do candomblé no Rio de Janeiro”. Este foi um período de muitas festas religiosas, com um público significativo oriundo da classe média e alta carioca que se dirigia para o subúrbio para as celebrações festivas. Não se tratava de um público que praticava o Candomblé cotidianamente, mas, por alguma fé, pela curiosidade, pela animação e, pelos mais diversos motivos, lotavam as festas dos *terreiros,* de certa forma, ignorando as perseguições policiais que ainda eram uma constante na realidade dos *terreiros*, assim como o preconceito religioso. “As casas mais concorridas eram o Bate-Folha em Anchieta (...), o Axé Opô Afonjá, em Coelho da Rocha (...) e (...) a casa do mais famoso pai de santo da cidade Joãozinho da Goméia, o chamado “rei do candomblé”, em Caxias. (Ibid.)

[149] Na África, no Daomé, em 1953, Verger iniciou-se como *babalorixás* onde recebeu o nome de Fatumbi (renascido pelo Ifá). Em 1966, seu trabalho histórico e etnográfico rendeu-lhe um título de doutor pela Universidade de Paris. Ver VERGER (2002, p. 294) e Fundação Pierre Verger disponível em http://www.pierreverger.org/br/pierre-fatumbi-verger/biografia/biografia.html . Último acesso em 13 fev. 2015.

Nessa mesma época, especificamente em 1968, a *Ialorixá* Meninazinha de Oxum, herdeira espiritual de sua avó Iyá Davina, fundou a Casa de Candomblé Ilê Omou Oxum situada em São Mateus, São João de Meriti. Casa famosa pela observância às tradições de matriz africana em seus rituais e pelos trabalhos sociais e culturais junto à comunidade da região do *terreiro.* Mãe Meninazinha permanece na liderança do *Ilê* até os dias atuais.

No caso da Umbanda, também houve registro de crescimento dos fiéis nos anos de 1960. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)[150], que incluiu a Umbanda no seu anuário estatístico em 1964, o número de umbandistas no Brasil era de 93.395hab. Em 1969 esse número passou para 302.952hab. Apesar dos números apresentarem um crescimento considerável de umbandistas no país, muitos praticantes da Umbanda se declaravam espíritas e a coleta de dados era muito rudimentar[151].

Em relação à Umbanda no Rio de Janeiro, o IBGE registrou que em 31 de dezembro de 1965 o número de adeptos era de 24.322 e no final do ano de 1966 era de 24.279,[152] ou seja, houve uma queda no número de fiéis, o que se explica não só pelo fato de muitos adeptos se denominarem espíritas, mas também por fatores como perseguição religiosa, migração para outras religiões e outros motivos. Na década seguinte, a Federação Umbandista se articulou bem politicamente e novamente observou-se um crescimento no número de adeptos e de *terreiros* registrados. Sem uma comprovação efetiva, algumas pesquisas falam que só 90% de Casas de Umbanda eram registradas[153]. Mas, nos anos de 1980, o movimento federativo umbandista perdeu força política e a Umbanda voltou a perder fiéis.

Vale pontuar que o IBGE, em 1964, mesmo incluindo a Umbanda nas pesquisas, não a considerava religião, e sim uma crença ligada a superstições. Só em 1966 a Umbanda foi considerada como religião pelo IBGE. Nesse mesmo período, o Candomblé se abre como uma religião receptiva a todas as pessoas e não mais uma prática religiosa exclusivamente dos descendentes de africanos. A partir daí, aconteceu uma significativa expansão do Candomblé que pode ser

[150] Estatística do Culto Umbandista IBGE. Disponível em http://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-por-temas/associativismo . Último acesso em 13 fev. 2015.
[151] Ver ORTIZ (1978, pp. 50-56)
[152] Estatística do Culto Umbandista IBGE. Disponível em http://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-por-temas/associativismo . Último acesso em 13 fev. 2015.
[153] Ver JENSEN (2001)

observada tanto em termos territoriais, vários *terreiros* foram fundados pelo Brasil a fora, como um número crescente de adeptos[154]. Assim, nas décadas seguintes, os candomblecistas e sua religião ganham visibilidade na música, no teatro, no carnaval e na cultura nacional. Nessa época observou-se um acentuado trânsito de fiéis da Umbanda para o Candomblé, o que não é uma novidade, já que, o ir e vir entre essas religiões sempre foi uma prática comum entre os brasileiros.

Precisamos observar que durante os anos de 1970, Roger Bastide dá continuidade a seus escritos sobre as religiões de matriz africana. Juan Elbein dos Santos (Candomblé) e Renato Ortiz (Umbanda) publicam textos emblemáticos e incentivam muitos outros pesquisadores no estuda da mesma temática. A partir da década de 1980, juntaram-se a esses estudiosos, Carlos Eugênio Marcondes de Moura, Yvonne Maggie, Monique Augras, Reginaldo Prandi, Roberto Motta, Reginaldo Ferreti, Rita Amaral e José Flávio P. de Barros.

Segundo eles, um Brasil mais industrializado com uma sociedade cada vez mais mista se identifica e se encanta com as belas imagens produzidas pelas festas nos *terreiros* de candomblé. Prandi (2012, p. 101) avalia que o crescimento do Candomblé se dá justamente pelo o que ele chamou de "penetração da classe média branca escolarizada", quando o Candomblé "deixou de ser religião estritamente étnica". Esse crescimento se deu apesar das religiões afro-brasileiras terem apresentado queda no número de fiéis no registro do Censo de 2010. Prandi afirma que

> Os seguidores declarados do candomblé eram cerca de 107 mil em 1991, e mais de 180 mil em 2010, um crescimento de 70% no período em que a população brasileira cresceu 30%. Sem dúvida um belo crescimento. A umbanda trilhou caminho inverso. Contava com aproximadamente 542 mil devotos declarados em 1991 e chegou em 2010 com 407 mil. Perdeu um quarto dos seguidores, uma perda enorme. Em 2010 houve uma pequena reação da umbanda, mas o fraco crescimento observado foi insuficiente para recuperar as perdas sofridas anteriormente. (Ibid.)

Conforme o Censo de 2010, entre os anos de 1991 e 2010, as religiões afro-brasileiras apresentaram crescimento abaixo do nível, com taxa de – 9,2%[155]. Nesse contexto, o Mapeamento das casas de religiões de matrizes africanas no Rio de Janeiro, identificou um crescimento significativo de *terreiros* no território

[154] Ver PRANDI (2012)

[155] Fonte IBGE. Disponível em http://seculoxx.ibge.gov.br/images/seculoxx/seculoxx.pdf Último acesso em 13 fev. 2015.

fluminense nas décadas de 1980 e 1990 e um crescimento inexpressivo nos vinte anos seguintes (gráfico a seguir).

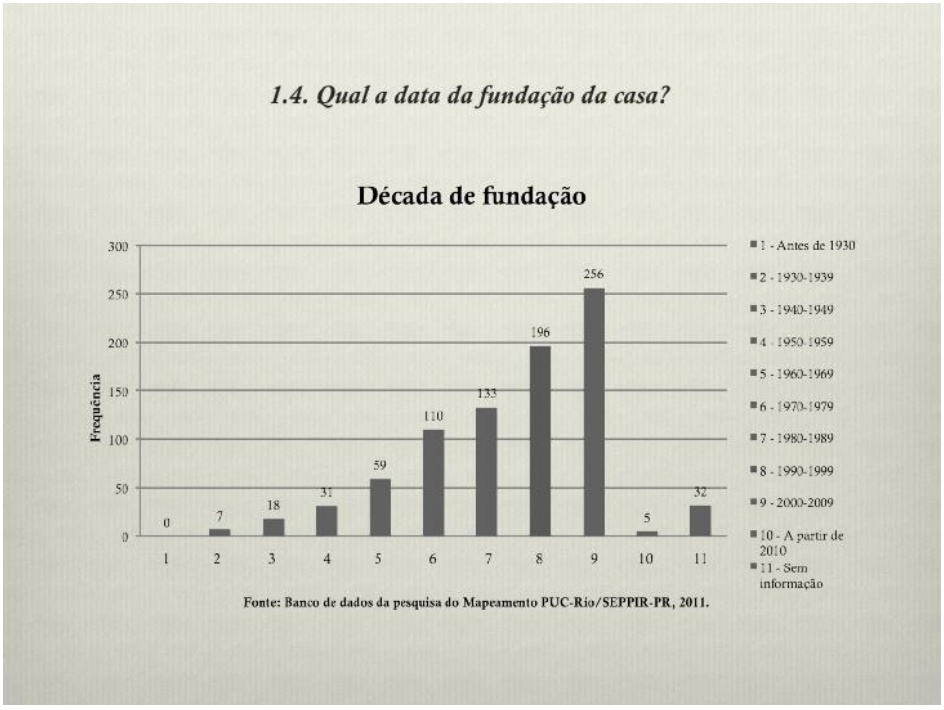


Gráfico 3- Qual a data de fundação da casa?
Fonte: Mapeamento das casas de religiões de matrizes africanas no Rio de Janeiro, realizado pela PUC-Rio e SEPPIR-PR, em 2011[156]

Mesmo com a visibilidade que as festas de candomblé adquiriram no cenário nacional, inclusive com apelo turísticos, avaliamos que o crescimento pouco expressivo das religiões afro-brasileiras nas últimas pesquisas se deve, em geral à questões como: 1. preconceito racial e religioso; 2. a contínua perseguição religiosa, principalmente de grupos fanáticos pentecostais que se utilizam de significativos recursos financeiros e de meios de divulgação, incluindo a televisão, para atacar de forma violenta as religiões afro-brasileiras; 3. a falta de apoio governamental/político e empresarial; 4. as religiões afro-brasileiras, principalmente o Candomblé, continuam sendo fechadas em rituais secretos, para poucos e antigos no santo, sendo que em muitos dos momentos sagrados, nem os iniciados podem ter acesso. (Pontuamos que a parte pública da festa, mesmo concorrida, ainda é uma pequena parte do fazer religioso); 5. a falta de união dos *terreiros* e, 6. A falta de recursos financeiros para investir em marketing e mídia eletrônica, observando que essa

[156] Disponível http://pt.slideshare.net/alerj/mapeamento-das-casas-de-religies-de-matrizes-africanas-no-rio-de-janeiro-13214602 . Mapeamento das casas de religiões de matrizes africanas no Rio de Janeiro, realizado pela PUC-Rio e SEPPIR-PR, em 2011. Último acesso em 13 fev. 2015.

questão esbarra no medo da exposição por conta de marcas de um passado de perseguição e violência dos mais diversos grupos sociais brasileiros e no já citado comportamento intimista da própria tradição religiosa.

Assim, nas suas diferenças reais, Umbanda e Candomblé, consideradas as religiões afro-brasileiras mais expressivas do país, se estruturaram de forma diferenciada. A Umbanda é considerada uma religião brasileira em diálogo com o Kardecismo e com as práticas religiosas de matriz africana e é baseada em uma ética cristã que separa o bem do mal e cultua os espíritos referentes em ritos separados. O Candomblé, por sua vez, busca uma maior aproximação das raízes africanas, não separa o bem do mal e humaniza seus deuses. Mesmo em alguns *terreiros* que cultuam os santos católicos, é a força dos orixás, *inquices* e *voduns* (dependendo da nação) que sustenta o sistema religioso, a dinâmica do *axê.*

3.1- O espaço e o tempo sagrados dos *terreiros*

Na África ancestral, a religião não se desvinculava do fazer cotidiano, todas as ações estavam vinculadas ao crer, ao divino, a natureza. Um Mundo dessacralizado não existia fora do sagrado, Fora só o Caos. Eliade nos diz que "[...] o momento religioso implica o "momento cosmogônico": o sagrado revela a realidade absoluta e, ao mesmo tempo, *funda o mundo,* no sentido de que fixa os limites e, assim, estabelece a ordem cósmica" (2010, p. 33). Completa: "O homem religioso se esforça por manter-se o máximo de tempo possível num universo sagrado" (Ibid., p.19). Assim, no que se refere às religiões afro-brasileiras, as afirmativas de Eliade encontram eco, pois a prática religiosa dessas comunidades é vivida na maior parte do tempo do seu fazer cotidiano.

As religiões afro-brasileiras estão ancoradas na ancestralidade, nos mitos, nos ritos, na oralidade e na herança cultural africana que os descendentes dos homens e mulheres trazidos da África como escravos aqui preservaram, adaptaram, reinventaram e vivenciaram cotidianamente, sem a perda do valor da tradição originária estruturante. Com maior ou menor grau de influência, segundo Juana E. Santos: "Na diáspora, o espaço geográfico da África genitora e seus conteúdos culturais foram transferidos e restituídos no "terreiro"" (2002, p. 33).

Nesse contexto, foi a partir do Período Moderno com as mudanças ocorridas nas relações de trabalho e na sociedade, com novas demandas na luta pela sobrevivência, que o homem religioso passou a vivenciar o sagrado e os espaços sagrados separados dos outros espaços nos quais atuava e convivia no seu dia a dia, mas sem abandonar sua condição de homem religioso por excelência. Foi preciso recriar uma nova ordem de manutenção dos espaços sagrados como lugares de comunicação com o sobrenatural. Foi isso que os descendentes dos africanos fizeram quando fundaram os *terreiros*, o Mundo foi reproduzido, consagrado, organizado. Os *terreiros* tornaram-se "Centro do Mundo", ponto de referência, lugar sagrado, onde a africanização do espaço permitiu que deuses pudessem ali estar, o sobrenatural se manifestar e o templo ser a imagem refletida do cosmo.[157]

Dos rituais de fundação dos *terreiros* de uma forma geral, pouco se sabe, pois deles só participam os sacerdotes. Os poucos dados disponíveis nos informam que no Candomblé (*Ketu*)[158] o *axé* é plantado no centro do barracão e sobre ele é erguido o poste central. Este centro guarda a força sagrada fixada através da energia simbólica dos materiais ali plantados, e como no Brasil os *terreiros* são templos de várias divindades, embaixo do poste central é enterrada a "água dos *axés"* líquido que contém gotas de sangue dos animais sacrificados aos orixás-, considerando que cada divindade tem um animal obrigatório nos ritos de sacrifício. Junto a esse líquido, também é colocado alguns objetos e as ervas específicas de cada orixá. Dessa forma, pelo ritual, o *axé* é plantado e o espaço se torna sagrado. Só a partir daí o terreiro pode receber seus fiéis, os quais alimentam a energia dinâmica do *axé* através dos ritos, das oferendas, da iniciação, do fazer religioso coletivo e individual[159]. Na Umbanda não há sacrifício de animais, sendo assim o sangue animal não faz parte de seus assentamentos.

Vale acrescentar que o poste central, na maioria dos Candomblés, também recebe os assentamentos[160] dos orixás correspondentes à cabeça da *ialorixá* ou

---

[157] Ver Frobenius apud Bastide (2001, p. 85)

[158] Daqui para frente, quando nos referirmos ao Candomblé estaremos escrevendo sobre os terreiros de nação Ketu, pois a maioria dos terreiros que visitamos são Ketu e a literatura disponível é mais farta.

[159] Mesmo que não exista efetivamente um poste central erguido no terreiro, caso de alguns Candomblés e de algumas Umbandas, o centro é marcado pela cerimônia de fixação do *axé.*

[160] Sobre os assentos, tipos, categorias, funções, assentamentos híbridos e etc. Ver SANTOS (200-203), LODY (2003, p.153-155).

babalorixá da *Casa*[161], os quais contêm os princípios e fundamentos da ancestralidade, e possuem função plural, além de representarem os aspectos da natureza.

São vários os tipos de assentamentos que quando sacralizados concentram o *axé,* como por exemplo o assentamento para os ancestrais, para as divindades e entidades[162]. Lody (2003, p.153) nos diz que*:* "O assentamento plantado na terra é irradiador para a terra do terreiro, ampliando o valor de axés coletivos para o terreiro", e Juana E. dos Santos (2002, p. 201) completa: "Dissemos que os elementos-signos que compõem "os assentos", suas formas, seus materiais e cores, expressam a natureza simbólica das entidades que representam". No assentamento de Iemanjá, por exemplo, os objetos são de porcelana, cristal ou louça, preferencialmente na cor branca, com algumas variações nas cores conforme a qualidade do orixá. No caso, para Iemanjá *Iyá Ógunté,* o azul pode ser usado, pois está entre suas cores, e para Iemanjá *Sessu Iyasessu*, o verde é a cor utilizada. O assentamento para Iemanjá, geralmente contém nove ou dezesseis búzios[163], pérolas de água doce e salgada, *obis*[164], fava de Iemanjá, moedas de prata, o *otá*[165]*,* tudo isso conservado em azeite doce, manteiga de *karité* e mel de abelha. Também contém uma bacia, um vaso e dez pratos de porcelana, conchas e cristais colocados em água. Os assentamentos são verdadeiras obras de arte, empilhados, organizados de uma forma específica de acordo com o orixá. Segundo Lody (2003, p.153), constituem "verdadeiros monumentos da arte religiosa".

Uma vez os assentamentos plantados, estes adquirem força em uma dimensão organizadora, pois no que se refere ao espaço sagrado dos *terreiros,* o *axé* dos assentamentos não determina apenas o espaço como sagrado, reafirma-o como espaço "Mundo" significante e estruturante.

> Quando o sagrado se manifesta por uma hierofania qualquer, não só há rotura na homogeneidade do espaço, como também *revelação de uma realidade absoluta, que se opões à não realidade* da imensa extensão envolvente. A manifestação do sagrado funda ontologicamente o mundo. (Eliade, 2010, p.26)

---

[161] No Brasil normalmente cada pessoa tem dois orixás na cabeça.

[162] Seres espirituais importantes como os Pretos Velhos, Caboclos, Crianças, Exus e Pombagira.

[163] Búzios: pequena concha também conhecida como cauri. Usada nos rituais afro-brasileiros em oferendas, colares e outros. Os búzios fazem parte do processo de adivinhação, onde 16 ou 32 búzios são jogados pelos *babalorixás* ou *Ialorixá*s nas consultas as divindades.

[164] *Obis*: Fruto da palmeira africana. No Candomblé é usado na adivinhação simples.

[165] *Otá*: Pedra sobre a qual o *axé* de um orixá é fixado por meio de ritos de consagração. A pedra pode ser retirada dos rios ou de qualquer parte da natureza.

Sendo assim, nas festas religiosas os *filhos de santo* dançam e cantam em volta do poste central para invocar as divindades, na ordem determinada pelo *xirê*[166]. Se no barracão não existir o poste central, a dança continua em roda como se ele estivesse lá. Vale pontuar que os *filhos de santo* não teorizam sobre a representação histórica do poste central ou em outras manifestações religiosas[167]. Eles o reconhecem como marco do axé plantado, símbolo do orixá da Casa e representação da ligação do *àiye* (mundo) com o *òrum* (além).

Assim, com o *xirê* os fiéis atravessam a fronteira[168] que separa os homens dos deuses, criam no espaço sagrado uma passagem, uma porta simbólica, para que as divindades possam vir da África dos ancestrais para vivenciar junto aos seus filhos a ritualização de suas histórias e assim efetivar a ligação cósmica em um Mundo sacralizado dos homens e dos deuses. Os mitos, segundo Juana E. dos Santos (1986, p. 54), dizem que nos primeiros tempos, o *àiye* e o *òrum* estavam juntos, não se apresentavam separados, sendo que os orixás viviam *àiyé* e os humanos podiam frequentar o *òrum. "*Foi depois de uma violação de uma interdição que o *òrum* se separou do *àiyé* e que a existência se desdobrou; os seres humanos não têm mais a possibilidade de ir ao *òrum* e voltar de lá vivos*"* (ibid.). Assim, a principal função das festas religiosas afro-brasileiras é conectar o *òrum* e o *àiyé* e permitir que as divindades se façam presentes e as histórias dos mitos possam ser contadas[169]. Pierre Fatumbi Verger afirma que, no Candomblé

> O transe começa [...] os orixás são recebidos com gritos e louvores e, e em seguida, fazem a saudação aos atabaques, ao pai ou à mãe-de-santo, aos "ogãs" do terreiro, sendo finalmente levados pelas "ekedis" ao "pejí" do seu deus. As "iaôs" vestem-se, então com roupas características do seu orixá e recebem suas armas e seus objetos simbólicos [...] Xangô "pavoneia-se" majestosamente; Oxum requebra-se; Oxóssi corre, perseguindo a caça; Ogum guerreia; Oxalufã enfraquecido e curvado pelo peso dos anos, arrasta-se mais do que anda, apoiado no seu "paxorô" (2002, p. 73)

Na Umbanda, "as entidades se organizam no astral em linhas e falanges [[170]] identificadas pela forma de apresentação, as quais guardam relação com os santos,

---

[166] Xirê- Ordem ritual em que se dança e canta para invocar os orixás para a possessão nas festas de Candomblé (independente da Nação). Primeiro a ser chamado é Exu e o por último para Oxalá o mais elevado dos orixás.

[167] Sobre a representação histórica do poste central em várias culturas ver ELIADE (2002, pp 23-48

[168] Fronteira aqui como marco simbólico, referência mental na percepção da realidade. Ver PESAVENTO (2002, p. 35)

[169] Sobre as relações entre *òrum e àiyé*, ver VOGEL, MELLO, BARROS (2001, p.49)

[170] [Grifo nosso]. Na Umbanda os espíritos estão agrupados de acordo com sua evolução espiritual, afinidades morais e intelectuais. Esta organização recebe o nome de Linhas que se subdividem em legiões, falanges e assim por diante. As Linhas são tradicionalmente em número de sete: Linha de Oxalá, Linha de Iemanjá ou

Orixás e forças da natureza" (SARACENI, 2015, p.10). Quando a música começa, os "pontos de Umbanda" são cantados e atmosfera religiosa toma corpo. Assim com a *pemba*[171]

> [...] são os "pontos riscados", por meio dos quais as entidades espirituais traçam 'espaços mágicos", abrem vórtices de energia e campos de vibração para limpeza, descarga, cortes de energia, imantação, consagração e também para evocar as forças, poderes e mistérios dos Orixás. (ibid.)

Muitas são as grafias e as escritas mágicas. Através desse giz mineral, a *pemba,* os guias da Umbanda escrevem sua magia. "O uso de símbolos riscados no chão é um fundamento mágico da Umbanda" (ibid.).

Na festa e na *gira*, através do rito, constrói-se a ponte simbólica entre o mundo profano e o mundo sagrado. Nesse contexto, o homem religioso compreende o espaço como não-homogêneo, com rupturas, e nele "(...) o *sagrado* e o *profano* constituem duas modalidades de ser no Mundo, duas situações existenciais assumidas pelo homem ao longo da história" (Eliade, 2010, p.20). O *filho de santo* transita entre estas duas modalidades, mas não tem o olhar no tempo profano, ele foca no tempo sagrado. Procura viver sua religião o mais amplamente possível, carregando consigo sua divindade, sua filiação, seja usando o colar de fios de contas que representa seu santo e o seu elo com o sagrado enquanto individuo pertencente ao *terreiro*, ou se reconhecendo como filho de uma divindade específica a ponto de incorporar os arquétipos da qualidade do orixá, do seu *ori*[172]. Em conversa, Mãe Leda de Nanã disse que os *filhos de santo* se pareciam muito com os orixás que mandavam em suas cabeças. Pontuou que uma filha de Iansã era poderosa e autoritária como sua mãe, "observa pra vê", disse ela (informação verbal)[173].

No Ilê Omolu Oxum[174], Mãe Meninazinha, filha vaidosa, como sua mãe Oxum, além de manter sempre brilhantes as pulseiras douradas que adornam seu braço e

---

Linha das Águas. Linha de Oxóssi, Linha de Xangô, Linha do Oriente/Linha de Cosme e Damião, Linha de Ogum e Linha Africana ou das Almas.

[171] Pemba: Espécie de giz de diferentes cores que é usado para traçar desenhos mágico-religiosos e de caráter invocatório. (VOGEL, MELLO, BARROS, 2001, p. 202)

[172] *Ori* - Ver VERGER (2002, pp. 33-34)

[173] Depoimento informal, concedido a Joanice de S. Vigorito, Volta Redonda, Rio de Janeiro (RJ), 2003. Gravação sonora.

[174] O terreiro abriga um centro de documentação e pesquisa, o Memorial Iyá Davina**,** que se compõem de documentos, fotografias, objetos e textos sobre a formação das primeiras comunidades terreiros do Estado do Rio de Janeiro (aberto ao público). Atualmente o *Ilê* é ponto de cultura com ações em prol da preservação e

são do agrado do orixá, mantém sempre bem cuidado o poste central do barracão do Ilê Omolu Oxum, o qual tem o formato de um grande *xaxará* de Omolu, ferramenta que é símbolo do orixá, bastão que Omolu carrega nas mãos quando desce no terreiro durante os rituais. O xaxará também faz parte do assentamento de Omolu no *peji*[175]*.*

> O xaxará convencionalmente é construído com um conjunto de palitos de dendezeiro, a base trabalhada em tecido ou couro recoberto de búzios, contas de cores variadas, contudo predominando aquelas três que identificam a divindade; laguidibás, pequenas cabaças, búzios encaixados que lembram brajás e palha da costa. (LODY, Raul, 2003 p. 211)

Na Umbanda, segundo Rubens Saraceni (2014, p. 13), "As oferendas são atos magísticos-religiosos e os assentamentos são concentrações de forças e poderes magísticos dentro de um espaço limitado". Ele explica que o assentamento é o local onde se coloca elementos com poderes magísticos para criar um lugar de "proteção defesa, descarga e irradiação" (Ibid., p. 83). Geralmente, é no centro do *terreiro* onde se assenta uma força, um poder ou vários.

> As forças vivem no plano espiritual e os poderes vivem no plano divino da criação e, a partir deles, enviam-nos suas vibrações, auxiliando os trabalhos espirituais que são realizados nos Centros de Umbanda. (ibid., p. 84)

> Realizar oferendas com as mais variadas finalidades, fazer assentamentos e firmezas de forças e poderes naturais com conhecimento de causa, sempre são benefícios e nada têm de misticismo, panteísmo, animismo ou ignorância, e sim, nos remete a um tempo em que não havia outros recursos além dos que a própria natureza nos fornecia e que só precisávamos aprender como nos servir deles. (ibid. p. 10)

Ao fazerem uma oferenda ritual a uma entidade, a uma divindade, os fiéis recorrem às forças da natureza para solicitarem auxílio para si e para os outros. Elas também podem ser feitas para homenagear os orixás.

Na Umbanda as oferendas podem apresentar diversas finalidades, como oferendas de agradecimento, de descarrego, de pedido de ajuda, de quebra das energias mágicas negativas, propiciatória, purificadora, oferenda ritual de firmeza de forças da natureza e, oferenda ritual de assentamento de forças e poderes espirituais e dignos.[176] Dependendo da orientação das linhas espirituais da Umbanda, os materiais litúrgicos usados nas oferendas podem se alterar. Como

---

valorização da cultura afro-brasileira. Também possui parcerias com a Petrobrás e apoio da Secretária de Educação e Cultura do Estado do Rio de Janeiro em projetos de arte.

[175] *Peji:* altar. Também conhecido pelo nome de *gongá.*

[176] Ver SARACENI (2014, p. 13)

exemplo, a partir da obra de Rubens Saraceni (2014, p.42), apresentamos uma lista de materiais utilizados nas oferendas para os Caboclos de Xangô: "*pemba* marrom, velas marrons, flores do campo, charutos, cerveja preta, frutas e uma toalha marrom com orla de renda branca (ou vice-versa), onde tudo é colocado em cima e fitas marrons"

Vale observar que diferente do Candomblé, o maior consumo de objetos litúrgicos na Umbanda acontece nas oferendas e assentamentos e não nas *giras* e festas.

Assim, o sistema religioso através de correspondências e assimilações acrescenta um valor diferenciado aos objetos, que é da ordem do sagrado. E também pensamento simbólico que dá valoração de uma outra realidade ao objeto, mas não tira dele o que a dialética da hierofania deixa a ver, ou seja, um objeto se torna sagrado, mas permanece ele próprio[177]. Nesse contexto, esse objeto profano, produzido com as características próprias exigidas pelo sistema religioso o qual ele se direciona, antes de ser sacralizado, possui um valor ligado ao mercado de consumo, à matéria-prima disponível, às novas tecnologias usadas, tanto na indústria como no artesanato, e às questões estéticas próprias da contemporaneidade, que muitas vezes entram em confronto com a tradição, e em outras, é assimilado por ela.

Por sua vez, os *terreiros* trazem embutido em suas concepções, um modelo de ordem do simbolismo cósmico, por exemplo, a escolha do espaço físico geográfico, que de acordo com os fiéis, não é escolhido. O terreno é que se apresenta por meio de sinais perceptíveis ao crente, que pode ser uma árvore específica, uma nascente de água ou uma mata, ou seja, pontos que sinalizam de forma significativa ao crente, que aquele lugar é apropriado para receber o *terreiro.* Assim, se toma posse do território físico (profano) que com a concordância dos deuses passará pela consagração. "A consagração de um território equivale à sua cosmização" (Eliade, 2010, p.32). Sendo assim, podemos afirmar que os ritos e a construção simbólica do fazer religioso dos *terreiros* estão ancorados na vivência do espaço sagrado.

Quando saímos do espaço dos *terreiros* para os espaços externos, além muros, como as cachoeiras, as matas, o mar e os mercados, compreendemos que

[177] Ver Eliade (2002, p. 178)

para as religiões afro-brasileiras, esses espaços adquirem um aspecto religioso quando, pelo rito, entram em contato com o *terreiro*, tornando-se prolongamento do mesmo. Momentaneamente, o espaço sagrado se expande durante e somente no ritual. Como exemplo, podemos citar a Festa de Iemanjá nas areias da praia e no Mercadão de Madureira, frisando que esses momentos transitam entre momentos sagrados e profanos, desde a organização ao rito propriamente dito.[178]

Sendo assim, os mercados populares por carregarem um forte significado histórico cultural, ao se configurarem como lugar de sociabilidade e de cultura, no caso o Mercadão de Madureira, nas suas relações com as *Casas-de-Santo*, aparecem com suas fronteiras expandidas no rito, como parte integrante dos *terreiros*, e são essenciais na dinâmica de construção do fazer religioso, no que tange à confecção e à comercialização de indumentárias, objetos rituais, adornos e outros, ou seja, um espaço profano sacralizado no comprar ritualizado dos *filhos de santo* e na Festa de Iemanjá.

É comum no Mercadão encontramos *filhos de santo* mais antigos ensinando a jovens *iaôs* como fazer as compras dentro das regras e normas exigidas pela ritualística. “Assim, podemos considerar a ida ao mercado não só como uma preliminar, mas propriamente, como o começo da aventura da iniciação, uma etapa que já se encontra sob a égide do rito de passagem (...) regidas pela etiqueta da pedagogia iniciática” (VOGEL, MELLO, BARROS, 2001, p. 13). Se entendemos o ato de comprar e de ir ao mercado, como um ato ritualístico carregado de complexidade, principalmente, para o neófito, que logo descobre que sem conhecimento não se compra, isso acontece porque comprar é uma arte ancorada na tradição.

Compreendemos que os *filhos de santo* recebem pela oralidade a tradição de seus ancestrais, perpetuada pela memória e pelo fazer religioso. Maurice Halbwachs (2006, p. 170) afirma que “não há memória que não se desenvolva num quadro espacial”. Isso nos permite significar que os espaços de trocas, como o Mercadão, são locais construídos culturalmente, pois nos recordam crenças, tradições, moda, gostos e outros, que refletem a comunidade nas suas relações socioculturais. Mãe Mirian de Oyá nos diz que o Mercadão cumpre a função de preservar a memória do povo-de-santo, ela fala em resgate de espaços de socialização de trocas no âmbito

[178] Ver Bastide (2001, p. 83)

da religião e da vida cotidiana impregnada de fé. Reforça também que a festa de Iemanjá é um presente do Mercadão para o povo-de-santo, o que o distingue de todos os outros espaços comerciais. Ela completa: "O Mercadão (...) são várias lojas, mas predomina muito o povo do orixá, predomina muito. Aqui é nosso *point*, nos reunimos aqui, encontramos muitos zeladores, *filhos de santo.* Aqui é nosso *shopping*"(informação verbal).[179]

Mas o Mercadão não é *point* só para os *filhos de santo*, é também um lugar de encontros e de passeios animados de muitas famílias. Nas suas galerias o grande movimento de pessoas produz muitos ruídos, conversas em voz alta, vendedores anunciando seus produtos, crianças correndo e gritando, música e animação. Nesse universo, em uma conversa rápida com uma jovem senhora moradora da Região Norte da cidade do Rio de Janeiro, Ana Maria de Souza, soube que, "para os meus filhos o dia de visitar o Mercadão é um evento, uma festa, é dia de comer pastel" (informação verbal)[180]. De certa forma, isso é incentivado pelos comerciantes, que nos disseram que o Mercadão é muito animado, inclusive com direito a um trocadilho do Sr. Valmir: "vende para as festas e é uma eterna festa" (informação verbal).[181]

O tempo das festas religiosas é, entretanto, diferenciado, pois está ligado à forma como o homem religioso pensa o tempo, significa-o. O tempo ordinário não tem sentido religioso e é só através da ritualística que se transforma em tempo sagrado, adquire outra lógica, torna-se reversível e é reatualizado por meio do rito[182]. Segundo Eliade:

> O Tempo sagrado periodicamente reatualizado nas religiões pré-cristãs (sobretudo nas religiões arcaicas), é um *Tempo mítico,* quer dizer, um Tempo primordial, não identificável no passado histórico, um *Tempo original,* no sentido de que brotou "de repente", de que não foi precedido por um outro, Tempo, pois nenhum Tempo podia existir *antes da aparição da realidade narrada no mito. (2010, p.66)*

O tempo sagrado recuperável é o tempo sagrado dos deuses, e não pertence ao tempo histórico. No entanto, a produção do rito não se constrói no tempo

---

[179] A Ialorixá Mirian de Oyá é zeladora de uma *Casa* de Candomblé em Ramos. Faz parte da organização religiosa da festa desde 2003. Depoimento da Ialorixaá Mirian de Oyá concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora.

[180] Depoimento informal de Ana Maria de Souza concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 14 maio 2014.

[181] Depoimento Informal de Valmir Miranda, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 nov. 2014.

[182] Ver ELIADE (2010, p.65)

sagrado, e sim no tempo ordinário, ou seja, profano. Entendemos a produção do rito como sendo as ações de ordem prática que permitem o momento ritual acontecer, mas, tal qual qualquer produção, tudo pode suceder, como a falta de oferta de um determinado artigo religioso nas lojas, a escassez de recursos financeiros, a adaptação dos horários por diversos motivos e outros imprevistos, que podem surgir e precisam ser solucionados dentro das exigências e das prescrições do fazer religioso. Desse modo, vemos que a cultura material das religiões afro-brasileiras é vivenciada nas suas formas, na sua estética, na sua criação propriamente dita. Remonta-se num complexo de significados não-alienados ao seu tempo e espaço, adapta-se e ordena-se, para que o rito possa ter seu lugar sem perda no sistema religioso e com comunicabilidade.

Segundo Durkheim (2008, p. 72), as crenças são estados de opinião, representações, enquanto os ritos são modos de ação, normas de conduta para organização da relação do homem com as coisas sagradas. Ele trata a religiosidade numa dinâmica coletiva, com características próprias e posiciona o rito como organizador e reprodutor social. “O culto não é simplesmente um sistema de sinais com o qual a fé se traduz para fora; é a coleção dos meios com que ela se cria e se recria periodicamente” (ibid., p.416)

Desta forma, no âmbito das religiões afro-brasileiras o sagrado e o profano se complementam no cotidiano religioso, na prática dos sujeitos, pois não há uma oposição entre o observável (profano) e o seu sentido (sagrado), ou seja, entre o símbolo e o seu significado. A existência passa pela construção do divino na mediação entre a construção do sagrado no profano que o legitima e reconhece. Eliade nos diz que

> O sagrado na sua totalidade é aquele que não se opõe ao profano [...] O sagrado é real, ao mesmo tempo poder, eficiência, fonte de vida e fecundidade. O desejo do homem religioso de viver no sagrado equivale, de fato, ao desejo de se situar na realidade. [...] Esse comportamento verifica-se em todos os planos da existência, mas é sobretudo evidente no desejo do homem religioso, mover-se unicamente num mundo santificado, num espaço sagrado. (2010, p. 12 e 14)

Assim, o sistema simbólico que estrutura o fazer do corpo religioso contém em si um sistema de signos com a função de traduzir o pensar, o sentir, os valores, as crenças, os mitos, que permitem tornar o vivido concreto e palpável.

Nesse contexto, percebemos as festas religiosas afro-brasileiras como possuidoras de um processo ritualístico dinâmico, que se estrutura no rito e esse

nos objetos, nas folhas, nas roupas, nas comidas, nos animais, no ser humano. O consumo e a utilização desses meios se tornam um fator essencial para a prática religiosa, envolvendo a manipulação de bens simbólicos organizados num corpo mítico, num diálogo dinâmico entre o sagrado e o profano, na formatação de um imaginário coletivo, numa visão estética singular e na construção de práticas culturais. A festa configura-se, então, como sendo um lugar de perpetuação da memória ritual.

Por fim, evidenciamos que cada *terreiro* é único, pois sua prática religiosa é singular, está sujeita às especificidades da religião, tem menos ou mais influência de outras crenças, dos posicionamentos da liderança religiosa e outros tantos fatores. Os *terreiros* não têm filiais e nem membros associados[183], principalmente, cada *terreiro* é o "Centro do Mundo", um espaço consagrado, sendo um lugar de comunicação com o sobrenatural e imagem refletida do cosmo.[184] Nesse contexto, os *terreiros* podem ser compreendidos como *lugares da memória coletiva.*

Jacques Le Goff ao se referir a concepção de *lugares da memória coletiva* cita alguns exemplos de lugares: "[...] lugares monumentais como os cemitérios ou as arquiteturas; lugares simbólicos como as comemorações, as peregrinações, os aniversários ou os emblemas [...] estes memoriais têm a sua história" (2005, p. 467). Ele afirma que devemos buscar "os verdadeiros lugares da história" (ibid.), onde estão os "criadores e os denominadores da memória coletiva: "Estados, meios sociais e políticos, comunidades de experiências históricas ou de gerações, levadas a constituir os seus arquivos em função dos usos diferentes que fazem da memória" (ibid).

A partir de Le Goff, situamos os *terreiros* como *lugares de memória coletiva*. Encontramos verdadeiros memoriais na concepção do espaço físico dos *terreiros* com sua arquitetura múltipla que envolve espaços internos construídos com base nos signos do sistema religioso, como também nas festas religiosas do *terreiro* que celebram as divindades e entidades através de uma ritualística complexa e ordenada. A comunidade religiosa do *terreiro,* de cada *terreiro,* tem registrada na memória ritual a história de gerações, de etnias, de culturas, tanto da África quanto do Brasil e, os arquivos dessa história preservados pela oralidade são patrimônios imemoráveis. Ressaltamos que

[183] VER Prandi (1996)

[184] Ver Frobenius apud Bastide (2001, p. 85)

> As imagens que interessam ao historiador são imagens colectivas, amassadas pelas vicissitudes da história, e formam-se, modificam-se, transformam-se, exprimem-se em palavras e temas. [...] O imaginário alimenta o homem e fá-lo agir. É um fenômeno coletivo, social e histórico. Uma história sem imaginário é uma história mutilada e descarnada. (LE GOFF, Jacques, 1980, p. 16)

3.2- As festas religiosas nos *terreiros*

Nosso foco ao apresentar as festas religiosas nos terreiros é mostrar a farta gama de artigos religiosos transformados em bens simbólicos que fazem parte da estrutura ritualística das religiões afro-brasileiras. No intuito de ligar a necessidade de consumo de materiais litúrgicos com o Mercado, esclarecemos que que a aquisição e o uso dessas mercadorias se dão ali em um viés religioso, ligado a um conjunto de valores e conhecimentos específicos de um complexo cultural hierarquizado, mas também em rede com demandas da ordem social, econômica e política.

Os rituais públicos das festas religiosas afro-brasileiras são o ápice das comemorações festivas, pois são neles que os *filhos de santo* recebem seus orixás, *voduns*, *inquices,* entidades e guias, conforme suas crenças. Mas a festa não é só a possessão, parte pública do ritual, que Bastide (2001, p.31) chamou de “ponto central (...) mais dramático”, pois o ritual privado envolve muitos afazeres com trabalho intenso permeado de normas, regras, preceitos que não podem ser violados em prol da manutenção da estrutura religiosa.

Durkheim salienta que “nos dias de festa, a vida religiosa atinge grau de excepcional intensidade” (2008, p.372) e observa que faz parte do contexto de um grande número de festas populares acontecerem os excessos e a quebra dos limites entre o lícito o ilícito. O mesmo fato ocorre com as “cerimônias religiosas que determinam uma necessidade de violar as regras normalmente mais respeitadas” (2008, p. 456). Mas a transgressão às regras e a tendência a algum tipo de violência são aspectos pouco encontrados nas festas religiosas afro-brasileiras dos *terreiros*. Nelas, o ritual é rígido e exige a observância de inúmeros procedimentos litúrgicos que, uma vez não cumpridos, impedem que o iniciado receba a divindade ou entidade com a qual ele tem *obrigação*. Portanto, o *filho de santo* precisa estar apto, ou seja, ter cumprido os preceitos exigidos, para que a possessão aconteça. Nesse

caso, *obrigação* é uma escolha de compromisso com a divindade ou entidade, devendo-lhes respeito e submissão, o que de certa forma garante a integridade do sistema religioso.

No Candomblé, desde o início dos preparativos para as festas, o *Ifá*[185], por meio do jogo de búzios, é consultado e a divindade a ser homenageada se manifesta e permite ou não que a festa se realize (parte privada da festa). Até o dia da festa pública propriamente dita, todo o processo de produção da ritualística está ancorado na vida cotidiana do *terreiro* e de seus fiéis. Na Umbanda, não é habitual uma consulta prévia às entidades, as giras e festas são marcadas com antecedência, normalmente, uma vez por semana no caso da gira e uma vez por mês, da festa. A produção ritual tanto das festas como da *gira* (no Candomblé e na Umbanda) se dão no tempo ordinário, histórico.

Assim, na festa religiosa afro-brasileira no tempo sagrado e no tempo histórico encontramos o momento de celebrar, de cultuar os ancestrais, de socializar, de partilhar conhecimentos, de reafirmar valores comunitários, de exprimir emoções, de dar visibilidade ao fazer religioso e à cultura de um povo,o que é parte de sua forma de ler o mundo. “Na roda da festa, como na roda da vida, tudo volta inelutavelmente ao mesmo lugar, os jovens aprendendo com os velhos a perpetuar uma cultura legada pelos últimos” (Del Priore, Mary, 2000, p. 10). Nesse contexto, no espaço do Mercado se produz cultura enquanto conjunto de significados partilhados e construídos pelos homens para explicar o mundo em contato direto com as práticas dos *terreiros.* A cultura como forma de expressão e tradução da realidade que se faz de forma simbólica, passível das mais variadas interpretações[186].

Para pensar na construção simbólica, Geertz (1978, p. 144) explica que os “símbolos sagrados” são detentores de significados e só neles podem ser armazenados um todo ordenado, formador do sistema religioso”. Os símbolos religiosos como, os colares de contas, no Candomblé e na Umbanda, como a cruz nas religiões cristãs, são dramatizados e consagrados em rituais e depois mitificados, o que os tornam, para os crentes, parte da cosmologia, e se integram a uma forma de ver o mundo com estética e moralidade próprias, ou seja, isso assume um sentido normativo.

[185] Ifá: Deus do oráculo e da adivinhação. Orumilá senhor do destino.
[186] Ver PESAVENTO (2003, p. 180)

Como já inferido, o conhecimento do ponto de confluência entre as culturas material e simbólica no culto das divindades e entidades, por parte dos iniciados, no que corresponde à compra de artigos religiosos, traz aos *filhos de santo* a obrigatoriedade de cumprir uma ritualística específica, referente à aquisição e manipulação de bens simbólicos, enquanto objetos religiosos que possuem valor mercantil e atendem principalmente a um público consumidor específico.[187]

Assim, com foco nos ritos e no Mercado, direcionamos nosso olhar para as religiões afro-brasileiras em suas festas religiosas e em seus usos e práticas. Buscamos a compreensão do processo de construção de um corpo simbólico, como também do modo por meio do qual sua trajetória se singulariza, atualiza-se e se inscreve na dinâmica das discussões no âmbito da religião, da sociedade e da cultura.

Dessa forma, visto que as festas religiosas afro-brasileiras são celebrações que se dão em múltiplos contextos, da ordem econômica, política, sociocultural e religiosa, consideramos as festas como "fatos sociais totais"[188]. Isso implica em vê-la em um sistema de trocas e contratos, em que o ato de ofertar, receber e retribuir faz parte do processo, aparentemente de forma voluntária, mas efetivamente é uma obrigatoriedade das relações em que se insere, inclusive a econômica[189]. Assim, ao relacionar o Mercadão com as religiões afro-brasileiras, perpetuadas pela oralidade e pela prática ritual, reafirmamos que o Mercado adquire nessa relação o caráter de espaço sagrado. O Mercado se torna um espaço vivenciado num tempo mítico e organizado no tempo histórico do processo ritual.

Enfatizamos que os fiéis das religiões afro-brasileiras, independente da sua filiação religiosa, constituem uma comunidade enquanto *povo de santo*[190]. São aqueles que têm momentos de grande importância nas festas, pois nelas celebram suas divindades africanas[191] e suas entidades. São também nas festas que os iniciados, após a saída da *camarinha*[192], são apresentados à comunidade como

[187] Ver BOURDIEU, Pierre (1974, p. 99-181)
[188] Ver Maus (2003, pp 187-188).
[189] Ibid.
[190] Crentes dos cultos afro-brasileiros (CACCIATORE, 1988, p. 215)
[191] Ver AMARAL, Rita (2005, p.25)
[192] *Camarinha o*u *runko, roncó:* aposento destinado ao recolhimento dos neófitos, por determinado tempo para o aprendizado dos segredos do culto, parte do processo iniciação religiosa. O tempo de reclusão é determinado de acordo com a religião, nação, linha, assim por diante. Pode ser de trinta dias, no caso de algumas *Casas* de Candomblé ou de três dias no caso de muitas *Casa*s de Umbanda, devido a forma

Iaôs[193]*.* No Candomblé, isso se dá na festa do "barco das *iaôs*"[194]. Sem nos esquecermos das festas de "obrigação"[195], de confirmação de santo, que são uma das mais importantes e devem ser feitas após um, três, cinco e sete anos. As festas oportunizam a socialização entre os membros do terreiro e entre outras *Casas-de-Santo*, e são ocasiões para ampliar e confirmar redes de influências, bem como para estabelecer similitudes e diferenças entre grupos[196].

Na festa acontece a "descida" das entidades, o transe ou transe mediúnico, terminologias mais usadas. No caso da Umbanda e de alguns Candomblés, também se diz incorporação ou "trabalhar no santo*",* ou ainda, "queda no santo" ou "receber o santo", também "estado de santo" ou "bolar no santo", que é quando *os orixás, voduns, inquices*, pretos-velhos, caboclos e boiadeiros[197], de acordo com a crença, usam o iniciado como "cavalo" ou "cavalo-de-santo" ou "cavalo-de-orixá". No caso de muitas linhas da Umbanda e no Candomblé de Caboclo[198], o termo usado é *"*aparelho*"* e, na Quimbanda, a denominação é *"*burro". Pelo transe o iniciado, termo mais usado no Candomblé, ou médium, como dito na Umbanda, recebe as divindades ou entidades em seu corpo e espírito, assim, o fazer religioso se formata e a identidade do grupo se revela no ritual.

A organização de dezenas de festas anuais com um calendário fixo e extenso, mais as festas de iniciação e de obrigação transformam a vida cotidiana dos *terreiros* em um eterno fazer. Os preparativos das festas podem durar semanas e, como já dito, a observância aos preceitos e a hierarquia religiosa é uma exigência.

Segundo Rita Amaral a festa de candomblé é o elemento estruturante da religião. Ela nos diz:

> [...] é na festa que toda organização hierárquica de candomblé se apresenta; enfim é o momento em que tudo aquilo que o grupo é e acredita, em termos de valores religiosos e estéticos, se apresenta com força total.

---

diferenciada do processo de iniciação de cada uma delas. Boa parte do processo iniciático da Umbanda não carece de recolhimento, mas sim de estudos e afazeres pertinentes ao ritual.

[193] *Iaô:* "Termo que designa o noviço após a fase ritual de reclusão iniciatória". (VOGEL, MELLO, BARROS, 2001, p. 196)

[194] "Barcos das *iaôs*": Conjunto de iniciados que saem do runkó já *feitos no santo.* Conjunto de *iaôs* recém *feitos* que são apresentados a comunidade religiosa.

[195] *Obrigação*: depois de *feitas no santo*, os iniciados, devem fazer oferendas rituais para reafirmar-se no santo. Uma das mais importantes obrigações é a de sete anos, que permite ao *filho de santo* fazer a iniciação de novos membros.

[196] Sobre a hospitalidade entre *Casas-de-Santo* nas festas, ver VOGEL, MELLO, BARROS, 2001, p.80)

[197] Boiadeiro: Um tipo de Caboclo.

[198] Candomblé de Caboclo: derivado do Candomblé tradicional baiano. Os Caboclos representam os orixás ou a si mesmos. Ver CACCIATORE, 1988, p. 79)

> Não é à toa, portanto, que o termo candomblé passou com o tempo a designar a própria religião depois de ter designado o lugar onde as festas eram realizadas. (1998, p. 96)

No caso da Umbanda além das festas, temos a *gira* (Umbanda em movimento), ou seja, roda ritual com danças e os cânticos para cultuar as entidades espirituais e os santos. Nas festas, durante o transe, os médiuns de forma semiconsciente ou totalmente inconsciente, recebem seus *guias* – nome dado aos espíritos. Em muitas Casas de Umbanda os médiuns também incorporam os orixás de suas *coroas*[199] que, juntamente com as entidades que o médium "recebe", formam um conjunto de proteção[200]. As festas também são conhecidas como *giras festivas.* Quando se trata de Umbanda

> Os terreiros praticamente todos cantam para orixá; todavia alguns, por exemplo, na linha cardecista, não o fazem, sendo isso a exceção e não a regra hoje em dia. Nesses, e por vezes noutros, não há atabaques. Por sinal, não se diriam terreiros, e sim Tendas Espíritas, termo que reúne, no entanto, inúmeros templos de tendências variadíssimas. (D'ARRUDA, 2010, p, 32)[201]

No cronograma religioso dos umbandistas, as *giras* dos Pretos Velhos e dos Caboclos são importantíssimas, mas existem outras festas e giras significativas como as giras de Exus[202] e Pombagira[203], a festa cigana, de Cosme e Damião, do boiadeiro e outras.

Para determinar o calendário anual das festividades os *terreiros* consultam o oráculo, porém as datas das festas e das *giras* não são escolhidas com base apenas no critério divinatório e ou religioso. O calendário oficial cristão que seguimos na vida cotidiana é considerado, sobretudo com atenção aos feriados oficiais e também ao costume de associar as festas das divindades africanas aos dias de louvor aos

---

[199] "Conjunto de orixás e entidades de um médium, santos que ele "recebe" e que o protegem" (CACCIATORE, 1988, 94)

[200] Quando [orixás e entidades] são poderosos e incomuns, diz-se que o médium tem uma "coroa bonita" (CACCIATOE, 1988, P. 94).

[201] "Outras casas, da linha esotérica, só reconhecem as "sete linhas": Oxalá, Iemanjá, Xangô, Ogum, Oxóssi e duas linhas astrais próprias a esta corrente, a de Yori e a de Yorimá: Crianças e Pretos-Velhos" (D'ARRUDA, 2010, p.32)

[202] *Exu*: "No Candomblé tradicional é um mensageiro entre os deuses e os homens. É o elemento dinâmico de tudo que existe e o princípio da vida individual" (CACCIATORE, 1988, p. 118). É o primeiro a ser homenageado em todas as festas religiosas afro-brasileiras. Ele abre a festa, sem ele nada é feito. Exu faz a ligação entre os orixás e os terreiros, entre o mundo sobrenatural e o natural. "Na Umbanda e cultos de influência bântu, Exu é cada vez mais confundido com o Diabo dos cristãos, com uso de chifres, garfos, tridentes [...]" (ibid.)

[203] Pombagira: Exu feminino na Umbanda e na Quimbanda, quando "desce" é provocante e sensual. Na Umbanda esotérica é cabeça-de-legião (Exu intermediário, batizado) na linha de Iemanjá. Por alguns temida quando usada para o mal. As mais conhecidas são a Pombagira Cigana e Maria Padilha.

santos católicos, por conta do sincretismo religioso praticado por muitos *terreiros*, principalmente os de Umbanda.

No contexto de nossas discussões, sincretismo é um termo recorrente, mas por ser um conceito polêmico e fazer parte da prática religiosa de muitas *Casas-de-Santo*, faz-se necessário desenvolver uma compreensão do uso desse termo em nossas colocações e da forma como a prática sincrética se insere no seio das religiões afro-brasileiras.

Primeiramente, compreendemos que no período do Brasil escravocrata a aceitação da religião do senhor, por parte dos negros escravos, foi fruto da necessidade de camuflar a sua devoção ancestral, em prol da sobrevivência das raízes africanas. Sendo assim, no caso específico das relações com o catolicismo desse período um tipo de sincretismo foi uma forma de resistência à opressão do Estado e da Igreja que condenavam as manifestações de fé que cultuavam os ancestrais e as divindades africanas. Pierre F. Verger nos diz que

> [...] em relação aos santos do paraíso católico, é certo que eles ajudaram os escravos a lograr e a despistar os seus senhores sobre a natureza das danças que estavam autorizados a realizar, aos domingos, quando se reagrupavam em "batuques" por nações de origem. (VERGER, Pierre Fatumbi, 2002, p. 25)

Verger também coloca que em 1758, com a permissão do Conde dos Arcos, sétimo vice-rei do Brasil, os negros dançavam ao som de tambores e uma vez inqueridos sobre seus cânticos e danças "[...] declaravam que louvavam, nas suas línguas, os santos do paraíso. Na verdade, o que eles pediam era ajuda e proteção aos seus próprios deuses" (Ibid.).

Vários autores, como Pollak-Eltz (1996) afirmam que uma pureza religiosa é um mito. Em consonância com esse ponto de vista, entendemos que cada religião na sua crença e, nos seus cultos, busca a sua verdade, o que facilmente pode ser atribuído a uma certa pureza. No entanto, ser fiel à sua doutrina e procurar distanciá-la de comportamentos sincréticos é uma tarefa auspiciosa e de pouco resultado, pois as religiões têm na sua origem o homem que se inter-relacionou culturalmente e socialmente ao longo do processo histórico. Mas deve-se observar que por um longo período, por questões ideológicas, políticas ou até econômicas, uma ideia deturpada do que seja sincretismo fez parte das interpretações dos estudiosos da temática na História do Brasil, que colocavam o sincretismo como sendo exclusivo das religiões afro-brasileiras em relação ao catolicismo.

Pensar o conceito de sincretismo religioso na relação das religiões afro-brasileiras com o catolicismo como sendo uma via de uma mão única, ou seja, o catolicismo não sofreu nenhuma influência, é uma forma de abordagem datada. Entendemos que todas as religiões são sincréticas, e segundo Ferreti (2007, p. 7) “elas representam o resultado de grandes sínteses integrando elementos de várias procedências que formam um novo todo”, o mesmo completa:

> A nosso ver o sincretismo se encontra tanto na Umbanda e em outros cultos afros, quanto no Catolicismo primitivo ou atual, popular ou erudito como em outras religiões. Podemos mesmo considerar o sincretismo como caraterística do fenômeno religioso. (Ibid.)

No entanto, é preciso ver que com o fim da escravidão as religiões afro-brasileiras, incorporaram ao seu culto com mais ou menos intensidade os santos católicos, mas não em substituição às divindades, como os orixás e nem às entidades como os Caboclos e Pretos Velhos, cada um ocupou seu espaço dentro da crença. Sem contar que existem várias Umbandas com tendências e linhas diferentes, algumas mais próximas do espiritismo kardecista, conhecidas como Umbanda de Mesa Branca ou Umbanda Branca ou Umbanda de Cáritas e outras mais místicas como a Umbanda Mística. Muitas outras linhas, como a Umbanda Mirim, a Umbanda Tradicional, a Umbanda do Caboclo das Sete Encruzilhadas, valorizam mais ou menos a aproximação com a África mítica, o catolicismo, Kardecismo, ou outras crenças.

No caso dos Candomblés, também podemos encontrar várias misturas e vários Candomblés, uns mais e outros menos sincréticos. Em relação à origem étnica temos o Candomblé de Angola de São Paulo e da Bahia, o Kêtu da Bahia e do Rio de Janeiro, O Batuque do Rio Grande do Sul e o Xangô de Pernambuco, cada um com suas particularidades.

Neste contexto, algumas lideranças religiosas de Candomblés da Bahia e do Rio de Janeiro (Ketu) afirmaram que são de matriz africana e não cultuam os santos católicos e nem aceitam o sincretismo no seu fazer religioso. Por exemplo, em carta aberta ao público, em 27 julho de 1983, os mais influentes *Ialorixás* e *Babalorixás* da Bahia declararam na II Conferência Mundial da Tradição dos Orixá e Cultura suas posições contra o sincretismo, inclusive assinaram a carta a *Ialorixá* Menininha do Gantois, a *Ialorixá* Stella de Oxóssi, a *Ialorixá* Nicinha do Bogum e outros não menos importantes. A primeira carta dizia em um dos seus parágrafos: “[...] tornam público

que depois disso [*no caso a Conferência*][204] ficou claro ser nossa crença uma religião, e não uma seita sincretizada" (CAMPOS, 2003, p. 45). Esta carta causou muita polêmica e interpretações equivocadas por vários segmentos da sociedade, principalmente da imprensa.

Em 12 de agosto do mesmo ano, uma segunda carta assinada pelos mesmos líderes religiosos e de maior porte foi publicada. Separamos alguns trechos onde a questão do sincretismo aparece de forma significativa.

> Vinte sete de julho passado deixamos pública nossa posição a respeito do fato de nossa religião não ser uma seita, uma prática animista primitiva. Consequentemente rejeitamos o sincretismo como fruto da nossa religião, desde que ele foi criado pela escravidão, à qual foram submetidos nossos antepassados. [...] Candomblé não é uma questão de opinião. É uma realidade religiosa que só pode ser realizada dentro de sua pureza de propósitos e rituais. Quem não pensa, já de há muito está desvirtuado; por isso podem continuar sincretizando, levando iaôs ao Bonfim, rezando missas, recebendo os pagamentos, as gorjetas para servir ao pólo turístico baiano, tendo acesso ao poder, conseguindo empregos e etc. [...] Oiá e Santa Bárbara como dois aspectos da mesma moeda são resíduos da escravidão econômica, cultural e social que nosso povo ainda sofre.[...]. (Ibid., p. 45-48)

No entanto, é preciso colocar que a carta visava principalmente a reafirmar que Candomblé é uma religião e não uma seita. Nesse caso, o que não é aceito é a ideia de um sincretismo que tira da religião afro-brasileira sua identidade em prol de uma submissão à religião católica. Vale enfatizar que "Pessoas mais intelectualizadas, que atualmente participam em diversos níveis de diferentes segmentos das religiões afro-brasileiras, preocupam-se em afastar o estereótipo da confusão entre santos e orixás" (FERRETI, 2007, p. 8).

Atualmente, no caso do catolicismo, podemos encontrar em algumas comunidades vários elementos de origem afro nos rituais, por exemplo, o uso dos tambores nas missas, como também em batizados e na liturgia. De igual maneira, nos rituais das religiões de matriz africana encontramos, orixás representados com pele branca, como no caso da imagem de Iemanjá do Mercadão.

O historiador Diamantino F. Trindade afirma: 'O sincretismo religioso com os Santos Católicos não faz dos umbandistas, católicos" (2014, pp. 407-408). Assim, optamos por pensar em sincretismo cultural, na defesa de que as religiões receberam e recebem diversas interferências de culturas diferentes.

---

[204] Grifo nosso

De volta ao calendário das festas religiosas afro-brasileiras, a título de exemplo, selecionamos três calendários festivos de 2014 para demonstrar essas associações. Dois são da Umbanda e um de Candomblé[205]. Vale lembrar que a diversidade das Casas de Santo é muito grande e os afazeres religiosos são complexos, assim os calendários servem de referenciais. As festas de iniciação e "obrigação" não são incluídas previamente nos calendários das festas, pois estão sujeitas a uma série de fatores, como por exemplo, conseguir juntar a quantidade de dinheiro necessária à sua realização, para que possam acontecer em determinada data.

O candomblé, Ilê Omolu Oxum[206] abre a Casa em janeiro com Exu, fecha durante a quaresma, e no último sábado de cada mês realizam as festas:

Abril – festa de Exu Bara, de Ogum e de Oxóssi	Agosto – festa de Iansã
Maio – festa de Oxum	Setembro – festa de Oxalá
Junho – festa de Xangô	Novembro festa das Yabás
Julho – festa de Olubajé (ritual específico para Obaluaiê/Omolu)	

Quadro 1- Calendário das festas religiosas do IIÊ OMolu Oxum
Fonte: http://mapadecultura.rj.gov.br/manchete/mae-meninazinha-de-oxum. Último acesso em 23 out. 2015.

Janeiro – Oriente Fevereiro – Recesso 9 de março - Pretos Velhos 13 de março - Caboclos 16 de março - Pretos Velhos 20 de março - Exu 23 de março - Pretos Velhos 27 de março - Pretos Velhos 3 de abril - Sessão de Sexta da Paixão 4 de abril - Sessão para Crianças (Páscoa) 6 de abril - Pretos Velhos 10 de abril - Caboclos 13 de abril - Pretos Velhos 17 de abril - Exu 23 de abril - Festa de Ogum	1 de maio - Caboclos 4 de maio - Pretos Velhos 8 de maio - Caboclos 13 de maio - Festa: Pretos Velhos 22 de maio - Caboclos 24 de maio - Macaia: Ogum e Pretos Velhos 27 de maio - Oriente 29 de maio – Exu 1 de junho - Pretos Velhos 5 de junho - Caboclos 8 de junho - Pretos Velhos 13 de junho - Festa: Santo António 15 de junho - Pretos Velhos 19 de junho - Exu 24 de junho - Festa: São João Batista 27 de junho - Oriente 29 de junho - Festa: São Pedro	3 de julho - Caboclos 6 de julho - Pretos Velhos 10 de julho - Caboclos 13 de julho - Pretos Velhos 17 de julho - Exu 20 de julho - Pretos Velhos 26 de julho - Festa: Nanã Burukê 27 de julho – Oriente

Quadro 2- Calendário das festas religiosas Centro Espírita Cabocla Jurema no Engenho Novo
Fonte: Centro Espírita Cabocla Jurema no Engenho Novo (Calendário do 1º semestre-Umbanda)[207]

[205] Em relação ao calendário das festas de candomblé ver SILVA (2005, p. 97), AMARAL (2005, p.33), BASTIDE (2001, p.89 e 90) e PARÉS (2007, p.335).
[206] Disponível em https://pt-br.facebook.com/pages/IL%C3%8A-OMOL%C3%9A-E-OXUM/163760910410553 . Último acesso em 23 out. 2015.
[207] Disponível em http://casadejurema.org.br/ . Último acesso em 21 out. 2015.

-06/01 - Reis Magos - REIS 20/01 - São Sebastião - OXOSSI 02/02 - N. Sra. dos Navegantes - IEMANJÁ 27/03 - São Lázaro - OBALUAÊ 23/04 - São Jorge - OGUM 13/05 - N. Sra. de Fátima - PRETO VELHO 13/06 - Santo Antônio - EXÚ 24/06 - São João Batista - XANGÔ 29/06 - São Pedro e São Paulo - XANGÔ 26/07 - Santa Ana - NANÃ	16/08 - São Roque - OMULU 07/09 - Zé Pelintra - SEU ZÉ 27/09 - São Cosme e Damião - BEIJADA 04/10 - São Francisco de Assis - XANGÔ 12/10 - N. Sra. Aparecida - Crianças - Oxum Maré. 02/11 - Finados - EXÚ 27/11 - N. Sra. das Graças 04/12 - Santa Bárbara - IANSÃ 08/12 - Imaculada Conceição - OXUM 31/12 - São Silvestre

Quadro 3- Calendário religioso da Casa de Oração Pai Joaquim das Almas
Fonte: Calendário religioso da Casa de Oração Pai Joaquim das Almas (Umbanda) de São Gonçalo/RJ[208].

Nestes calendários podemos observar diferenças típicas da Umbanda para o Candomblé. No Ilê Omolu Oxum, o sincretismo é visto como como uma estratégia de resistência do negro frente a uma sociedade brasileira excludente. Lá não se cultua os santos católicos, mas suas imagens têm um pequeno altar no terreiro, pois foram outrora cultuados e fazem parte da memória do *Ilê*. De acordo com a mãe da *Casa*, os santos católicos merecem respeito.

Analisando os dois calendários de Umbandas aqui apresentados, no primeiro, referente a Umbanda do Oriente, as *giras* para as entidades Preto Velho e Caboclo aparecem constantemente, e a *gira* para Exu também, sendo que este último é cultuado em todos os tipos de Umbanda e Candomblés, mesmo que, com as diferenças reais no entendimento de quem seja Exu. Algumas Umbandas consideram que Exu não é orixá, pois os orixás são energia da natureza e para eles Exu é um espírito desencarnado. Porém, para outras Casas, Exu é um espírito das trevas, e ainda, força e resistência. Na Umbanda Sagrada Exu é um orixá que pertence a todas as sete linhas da Umbanda.

Nos Candomblés, Exu é o orixá mensageiro e faz a ligação entre os deuses e os homens, elemento dinâmico de tudo que existe, é expansão e comunicação, o senhor do mercado.[209] Vale dizer ainda que uma similitude que aparece nos calendários dos Candomblés e de muitas Umbandas é a festa de Xangô, sendo ela realizada no mês de junho, como podemos observar no Ilê Omolu Oxum e na Casa de Oração Pai Joaquim das Almas.

[208] Disponível em http://www.copaijoaquimdasalmas.com/ . Último acesso em 21 out. 2015
[209] Sobre Exu ver SANTOS (2002, pp. 130 a 182), CACCIATORE (1988, pp. 118 a 121), BASTIDE (2001, pp. 34 a 38), VERGER (2002, pp. 76 a 80) e LODY (1995, pp. 77 a 82)

Destacamos que nos dois calendários de Umbanda citados as referências católicas estão presentes, mas não é nosso interesse nos aprofundarmos nas questões que envolvem os calendários. O intuito foi dar visibilidade ao número significativo de festas e *giras,* nas quais os *terreiros* estão envolvidos e as diferenças visíveis, tratam-se de referentes da estrutura religiosa que nos permite ver essa forma variada e plural do ritual e da questão sincrética.

Para dar continuidade e traçar minimamente diferenças e similitudes entre as festas de Candomblé e as festas e *giras* da Umbanda, trabalharemos com algumas *Casas-de-Santo* que frequentamos no Rio de Janeiro a partir do ano de 2003, quando das pesquisas de mestrado, até o ano de 2014. Em alguns *terreiros* tivemos a oportunidade de ter uma presença mais próxima, onde efetuamos entrevistas e tivemos várias conversas informais. Dentre eles o Ilê Omolu Oxum em São João de Meriti; o Ilê Omi Oju em Nova Iguaçu; o Centro Espírita Filhos de Umbanda de Barra Mansa; o Templo de Umbanda Luz Divina em Volta Redonda. Já em outros *terreiros*, somente nos misturamos às pessoas presentes nas festas, bem como nas *giras,* ocupando uma posição de observação, como Centro Espírita Cabocla Jurema no Engenho Novo; a Casa de Caridade Jupira das Matas em Vilar dos Teles. Ressaltamos que os *filhos de santo* dos *terreiros* visitados frequentam o Mercadão de Madureira.

No mesmo raciocínio e no intuito de criar uma estrutura de entendimento sobre como uma festa e uma *gira* se organizam, vamos dialogar com alguns estudiosos das festas brasileiras. São pesquisadores que trabalham com o Candomblé e a Umbanda, como Rita Amaral, Roger Bastide, Flávio G. dos Santos, Raul Lody, Pierre Verger, Vagner Gonçalves da Silva, Monique Augras, Juana Elbein dos Santos, Arno Vogel, Luís Nicolau Parés, Gisela D'Arruda, Yvonne Maggie, Diamantino F. Trindade e Rubens Saraceni. Observaremos também alguns dados adquiridos em algumas visitas em festas de *terreiros* baianos, como no Ilê Axé Opô Afonjá e na Feira de São Joaquim, ambos de Salvador, na Bahia e, principalmente no Mercadão de Madureira, objeto da nossa pesquisa.

No que se refere à festa religiosa afro-brasileira, levantamos várias etapas referentes a organização desses momentos festivos, os quais são planejadas com antecedência, inclusive por estarem no calendário religioso das *Casas* e por serem muito laboriosos. Tais etapas foram construídas de forma generalizada, principalmente com base em nossas observações de campo e na bibliografia

disponível. No que tange ao Candomblé os dados adquiridos são mais direcionados aos *terreiros* de *ketu*[210] e às Umbandas de linha Kardecista, Umbanda Sagrada, Umbanda Tradicional e Umbanda Popular.

Neste contexto festivo, muitas são as demandas e elas variam de acordo com os preceitos e o tamanho do *terreiro.* Também são pontos fundamentais o conhecimento da natureza da festa, se é uma festa de orixá, de iniciação, de obrigação, uma *gira* festiva de Pretos Velhos ou qualquer outro tipo de celebração. Salientamos que todas as festas são ricas em complexidade. Não é possível determinar um padrão de comportamento, de ação ou de gastos nas festas, apenas é possível apontar uma direção, devido à grande diversidade, cito: as muitas Umbanda e suas diferentes linhas, a aproximação com o Kardecismo, com o Candomblé, a questão do sincretismo, ou outras variáveis. O mesmo se dá com as Casas de Candomblés, pois depende da nação[211], se aceitam ou não o sincretismo e assim por diante.

Como já mencionado, nos *terreiros* de Candomblés de nação *Ketu*, antes do começo dos preparativos para a festa de um determinado orixá, é necessário jogar os búzios para ver se a divindade aceita a festa. Nada pode ser feito a reveria do orixá, os fiéis devem cumprir suas determinações, que podem ser de qualquer ordem. Quem ele quer que seja convidado, o que quer "comer"[212], vestir e outros é algo importante. Uma vez tendo a aprovação do homenageado, começam os trabalhos em prol da festa. No caso dos Candomblés da nação *Jeje*[213] em algumas *Casas-de-Santo,* as divindades são celebradas simultaneamente, em grupo, não seguem um calendário de festas individuais. Nos *terreiros* de Umbanda, os *filhos de santo* pedem a orientação e guarda de suas entidades, de seus mentores espirituais e, no dia da *gira* propriamente dita, batem a cabeça para firmar o frontal (ato simbólico), pedem proteção e se conectam com a energia do *congá*[214] para começar os trabalhos. Relembramos que no desenrolar do trabalho nos referimos ao

---

[210] Antigo reino da África Ocidental. Povo de *Kêtu* ou *Keto* de *Egbá* divisão dos *Iorubas*/etnia *Nagô.*

[211] Nação foi o termo usado pelos traficantes de escravos, nos séculos XVII e XVIII para nomear grupos de autóctones da África Ocidental. Ver PÁRES (2007, pp 23-26).

[212] O santo come. Comida de santo: Alimentos votivos preparados ritualmente e oferecidos aos orixás, os quais necessitam de suas vibrações para a manutenção da própria força dinâmica. (CACCIATORE, 1988. p. 90)

[213] *Jeje*: Nação *Fon.* Candomblé *jeje-nagô,* formou-se na Bahia pela união das crenças dos povos iourubanos e daomeanos escravizados no Brasil.

[214] O mesmo de *gongá: peji,* altar.

Candomblé da nação *Ketu*[215]*,* quando não o for, especificaremos a nação a qual nos reportamos.

No Candomblé, a liderança religiosa, *ialorixá* ou *babalorixá,* para iniciar os preparativos da festa*,* convoca seus *filhos de santo* para os informar da festa. Uni-os em prol do trabalho, na busca de oferendas e de recursos financeiros. Um dos primeiros procedimentos é levantar os problemas detectados em festas anteriores, saná-los, pois tudo tem que ser executado conforme os preceitos religiosos. Sem contar que no seu momento público as festas são a vitrine do *terreiro.* São nelas que a liderança religiosa e os *filhos de santo* mostram sua visão de mundo, sua identidade, sua dedicação ao santo, o respeito aos ancestrais, ao rito e a tradição da *Casa*.

As lideranças dos *terreiros* tanto na Umbanda quanto no Candomblé são sempre firmes nas exigências em relação ao trabalho, ao comportamento social, à observância dos preceitos, a todos os detalhes que envolvam o fazer religioso, sejam dentro ou fora do *terreiro*, pois representam a *Casa* em festas de outros e nas relações sociais em geral. Principalmente deve-se primar pela ritualística nas festas, com atenção ao momento de sua realização no barracão[216].

Para que a festa se realize é necessário trabalhar com grandes quantias de dinheiro, principalmente no Candomblé. Caso o *terreiro* não tenha recursos financeiros todos os envolvidos devem acionar sua rede de relacionamentos e trabalhar em prol da obtenção de capital. Nessa rede os fiéis incluem amigos, parentes de sangue e de *santo*, lojas, restaurantes, escolas, políticos, qualquer lugar que por eles seja frequentado ou pessoa de sua convivência próxima ou distante. No caso das *giras* da Umbanda, os gastos são bem reduzidos, mesmo as *giras* festivas como a Festa Cigana[217], com as suas muitas danças, comidas e flores não são tão dispendiosas quanto as festas de Candomblé. Lembramos que os maiores investimentos financeiros dos umbandistas em artigos religiosos se dão quando fazem oferendas, firmezas e assentamentos.

---

[215] A opção por trabalhar mais de perto com o Candomblé *ketu* se dá pelo contato mais direto que tivemos com as *Casas* da Nação *Ketu,* como o *Ilê Omolu Oxum.*

[216] Barracão: espaço do terreiro que abriga os assentamentos plantados no seu centro, o *axé* do terreiro. É nele que as festas se realizam e as divindades e entidades se apresentam, no momento de maior visibilidade das *Casas-de Santo.*

[217] A festas Ciganas geralmente acontecem no mês de maio, por conta da devoção do povo cigano a Santa Sara Kali, santa de pele negra.

A próxima etapa é determinar o destino do dinheiro que será distribuído de acordo com o tipo de festa e com o orixá ou entidade que será celebrado. No Candomblé alguns orixás são mais caros que os outros, Oxalá[218] e Logunedé[219] têm as festas mais dispendiosas. Em muitos Candomblés o valor gasto em média em uma festa simples de orixá é de US$500 (quinhentos dólares). Em uma festa de iniciação é gasto, em média, US$1.500 (mil e quinhentos dólares) e no *decá, "*obrigação*"* de sete anos, o gasto médio é de US$4.500 (quatro mil e quinhentos dólares).[220]

Vários são os itens necessários para as comemorações festivas dos candomblecistas. No caso da iniciação a lista é vasta, seja para "o assentamento do orixá [...] mas também aos *ebós*[221], o material do *bori*[222], da roupa de *orixá* e do *iaô* e o sustento do pessoal que trabalha na "roça" durante o período em que o *iaô* estiver recolhido, em geral 17 dias" (AMARAL, 2005, p. 41). O número de produtos adquiridos no mercado passa de 120 itens. Também está incluído nos custos o pagamento da *mãe de santo* no trabalho de iniciação. No período das festas dos Candomblés o Mercadão ganha um movimento diferenciado, próprio do *povo de santo.*

No Candomblé, além dos valores gastos com as demandas específicas do orixá, o que ele "come", os objetos próprios aos seus assentamentos, se a *Casa* mandará imprimir convites e outros detalhes não menos importantes, a liderança religiosa também faz o levantamento dos recursos humanos disponíveis para montar a escala de serviços no *terreiro* a fim de dar andamento aos preparativos da festa. Vale ressaltar que quando se dá de comer ao santo, este ato "equivale a viver, manter, preservar, iniciar, comunicar, reforçar memórias individuais e coletivas. Comer é uma maneira de se comunicar com o orixá e de fortalecer a troca do axé" (LODY, 1998, p. 17)

Entre o Candomblé e a Umbanda as diferenças na forma como se adquire e se gasta os recursos financeiros nas festas religiosas é significativa, incluindo o

---

[218] *Oxalá:* O grande *orixá,* filho de *Olorum*, o qual o incumbiu de criar o mundo e os homens. É sincretizado na Bahia com o Senhor do Bonfim e na Umbanda com Jesus Cristo.

[219] *Logunedé: "Orixá* filho de *Ibualama* ou *Inlé' (Oxóssi) e Oxum Pandá*. Reune as naturezas do pai e da mãe, sendo seis meses jovem caçador e nos outros seis, bela ninfa dos bosques que só come peixes" (CACCIATORE, 1988, p. 164). Esse *orixá* "come" casais de animais: um casal de coelhos, um casal de pombos, um casal de faisões e etc.. *Orixá* da riqueza, da fortuna.

[220] Ver AMARAL (2005, p. 41).

[221] Ebós: Oferenda ou sacrifício animal feito as divindades. Também conhecido como despacho ou feitiço.

[222] Bori: Ritual de "dar de comer e beber a cabeça".

volume de artigos religiosos necessários aos cultos. A seguir apresentaremos três exemplos de comemorações na Umbanda, no intuito de pontuar algumas dessas diferenças tanto entre elas, como com o Candomblé.

Em 30 de abril de 2013, o *Templo de Umbanda Luz Divina* realizou uma Festa Cigana, onde distribuíram pedaços de bolo com moedas da sorte, ofertaram ervas sagradas para prosperidade, leram as cartas para os interessados e abriram um caldeirão de pedidos. Também ofereceram um jantar ao público, no valor de R$25,00 (vinte e cinco reais), sem bebida incluída, mas o refrigerante poderia ser comprado no Templo durante a refeição. Na mesma ocasião, dias antes da festa, os organizadores liberam a lista de oferendas que poderiam ser entregues no dia da festa para homenagear os ciganos. A lista era a seguinte: velas de todas as cores, toalhas ou panos de todas as cores e dourados, fitas e linhas de todas as cores, flores (flor silvestres, flor de trigo e folhas de louro), frutas (maça vermelha, uva rose e verde, noz-moscada, cravo e canela), comidas (frutas secas, mel, aveia, pães etc.) e bebidas (rum, vinho tinto, licores e champanhe)[223].

A mesma casa organizou em 09 de maio de 2013 uma festa em homenagem aos Pretos Velhos, uma *gira* festiva, com banho de pipoca e benção das entidades. Também ofereceu um jantar aberto ao público, uma feijoada, no valor de R$15,00 (quinze reais) por pessoa. Da mesma forma que na Festa Cigana, disponibilizou a lista de oferendas, da qual constava os seguintes itens: toalha ou pano branco, velas, linhas e fitas brancas, *pembas* brancas, frutas em geral, bebidas (café, vinho doce, cerveja preta, água de coco, vinho branco licoroso), flores (crisântemos branco e margaridas) e comidas (arroz-doce, canjica, bolo de fubá de milho, milho cozido, doce de coco, doce de abóbora, doce de cidra, coco fatiado, quindim).

Observamos que nas duas festas citadas, a forma de adquirir as oferendas era solicitando-as junto aos fiéis e simpatizantes, Essas oferendas eram levadas para o *Templo* no dia da festa/gira, sendo assim, os organizadores dos eventos não sabiam precisar o volume do que receberiam. Diferente dos Candomblé em geral que adquirem os artigos litúrgicos das mais diversas formas e antes do evento.

O terceiro exemplo é de uma *gira* festiva de Pretos Velhos, em 2012, mais especificamente no segundo domingo de agosto, no *Centro Espírita Filhos de*

[223] Recebemos essas informações por e-mail, por conta de sido cadastrada no Templo por ocasião de participação em evento contra a discriminação religiosa organizado pela *Casa* e depois por conta da pesquisa. O Templo Luz Divina está situado no Bairro Sessenta, em Volta Redonda/RJ.

Umbanda[224], de linha kardecista. Fomos levados ao *Centro* por uma filha da *Casa* de nome Maristela. Nesta *gira* nada foi solicitado em oferenda. Nenhum alimento foi distribuído e a única bebida ofertada ao público foi água energizada após a *gira.* Todos os umbandistas vestiam roupas brancas e os únicos artigos religiosos usados no ritual foram: *pemba*, velas, flores, que já estavam no altar em frente à imagem do Sagrado Coração de Jesus Cristo/Oxalá. Folhas que foram usadas na defumação das pessoas e do ambiente e charutos fumados pelos médiuns quando estavam incorporados de suas entidades, no caso os Pretos-Velhos.

Estes exemplos demostram que os rituais são diversos e dependem do tipo de Umbanda, nesse caso, o "Templo de Umbanda Luz Divina" é Umbanda Tradicional[225] e o "Centro Espírita Filhos de Umbanda" é Umbanda Branca[226]. Assim, cada *Casa* consome e adquire artigos religiosos para os rituais privados e públicos, de acordo com o seu fazer religioso, em consonância com os preceitos sagrados e com os limites determinados pela liderança religiosa do *terreiro.*

No que se refere ao Candomblé, também depende da nação, por exemplo, os *jeje* têm rituais mais intimistas, mais discretos e privados no interior dos *terreiros*, mas com consumo de bens simbólicos de vários tipos, assentamentos para os orixás, sacrifício de animais e outros. Porém, mesmo nos *jejes* as diferenças são reais, por exemplo, no caso da tradicional Casa Grande das Minas *Jeje, do* Maranhão[227] que influenciou fortemente o terreiro Tambor de Mina *Jeje* que surgiu ao seu redor e caiu no gosto dos maranhenses, em associação com as festas populares como a festa de boi e a do tambor de crioula, que acontecessem tanto nas praças públicas como dentro dos *terreiros* de Tambor de Mina. A Casa Grande das Minas tem uma identidade própria nesse contexto tão reservado das *Casas jejes.* No que se refere a Casa de Minas, Ferreti nos diz:

> O fato de uma entidade sobrenatural solicitar esses e outros tipos de festas populares demonstra que a religião de origem africana se encontra intimamente vinculada à cultura local. Aliás essa é uma das características das religiões afro-brasileiras em geral, onde as entidades sobrenaturais não se encontram distantes dos homens e de seus interesses, ao contrário,

[224] Situado na Rua Homero Leite, 459. Bairro Saudade, Barra Mansa/RJ

[225] Na Umbanda Tradicional, acredita-se numa força superior chamada Olorum. Todas as demais divindades provêm de *Olorum:* os orixás, os anjos, os guias e os anjos.

[226] Umbanda Branca ou Umbanda Sagrada: Recebem espíritos que tradicionalmente não eram aceitos nos centros kardecistas, como os Caboclos, Pretos Velhos e os *Erê*s (vibração infantil). As reuniões da Umbanda Branca lembram as reuniões *kardecistas*.

[227] Provavelmente fundada em 1840, conhecida por primar pela preservação das tradições, pois ainda entoa seus cânticos na língua *jeje (Ewê-Fon) e* mantem a discrição ritual dos *jejes.*

> gostam de coisas que os homens apreciam, como alimentos e formas de divertimento (2007, p.2)

Ferreti pontua como uma das características mais significativas das religiões afro-brasileiras a aproximação de corpo e do espírito entre as entidades e os homens, a ponto de os gostos humanos caírem no agrado das entidades. Tal afirmativa justificaria uma ideia de consumo de novos elementos materiais dentro dos ritos públicos o que possibilitaria a instalação de diferenças reais na produção ritual. É o que pudemos observar nas Festas de Iemanjá do Mercadão de Madureira, que claramente não seguem o mesmo padrão ritualístico das festas dos *terreiros*, mesmo sendo Festa de Iemanjá, uma festa religiosa, desejada pelas entidades e divindades e, pelas lideranças dos *terreiros*, todo seu ritual é público e os gostos, os desejos e as escolhas do povo acabam fazendo parte da construção da ritualística. Sublinhamos que para os *filhos de santo*, tudo acontece com o consentimento e a benção dos orixás, pretos velhos, caboclos e demais entidades.

Vale observar que para além da diversas Umbandas e Candomblés, a interpretação que a liderança principal do *terreiro* faz do sistema religioso a qual se insere também é um determinante na forma de construção dos ritos. Nesse contexto, entre as festas dos candomblecistas e umbandistas podemos observar que além da própria demanda ritual que envolve muitos artigos religiosos, muitas comidas e outros produtos, existe também uma preocupação real em relação ao consumo. Lideranças como a da *Ialorixá* Meninazinha de Oxum já alertava em entrevista concedida a União Umbandista dos Cultos Afro-brasileiros, em 1999:

> O que eu sei é de Orixá [..] hoje nos vemos coisas diferentes, indumentária de Orixá, antigamente era aquela coisa mais humilde [...] Querer bonito tudo bem, é aze e xaxará cheio de penas, que é isso gente, não tem nada a ver. Não é apenas crítica é minha visão diante do que aprendi, muito antes de 40 anos. Aprendi foi fazer o máximo para manter a tradição, eu quero que Deus, Obaluaê e Yansã me deem vida. [228]

A mesma questão fez parte de uma conversa que tivemos no Ilê Omulu Oxum no ano de 2004.

É público que as festas de Candomblé, principalmente de *terreiros* mais conhecidos da Bahia e do Rio de Janeiro se tornaram um evento explorado pelo turismo. As lideranças religiosas não escondem que aproveitam a visibilidade que os *terreiros* adquiriram para lutar contra o preconceito religioso. No entanto, as mesmas

[228] Disponível em http://www.uucab.com.br/uucab_informativo_gemas_yanitinha.html Último acesso em 12 fev. 2015.

lideranças, como Mãe Stella de Oxóssi, *ialorixá* do *Ilê Opô Afonjá* de Salvador, na Bahia, e Mãe Meninazinha no Rio de Janeiro, declararam em várias mídias que lutam pela manutenção das tradições religiosas, mesmo reconhecendo que as adaptações fazem parte da tradição e do processo histórico de construção do rito.

Podemos assim diagnosticar que, além das festas de Candomblé envolverem um ritual de maior porte, em termos de afazeres e gastos, muitas outras diferenças podem ser citadas em relação à Umbanda, por exemplo o fato de o Candomblé fazer sacrifícios de animais e a Umbanda não. Nas festas de iniciação da Umbanda o período de recolhimento do neófito é de poucos dias, geralmente três, podendo não praticar esse tipo de recolhida. No Candomblé, o recolhimento para iniciação normalmente é de 20 a 30 dias em média, o que envolve mais pessoas e mais gastos, e assim por diante.

Pontuamos que o fato das festas de Candomblé atraírem um público externo cada vez maior, incluindo turistas nacionais e internacionais, faz com que elas ganhem características de grandes eventos públicos, tornando-se cada vez mais dispendiosas. Essa atração que a festa de Candomblé provoca no público externo, provavelmente se dá pela forma como a construção estética do rito público é apresentada. São festas ricas em cores, em indumentárias, em movimentos, em sabores e outros elementos, sem contar a presença frequente da mídia nas comemorações, o que incentiva a procura cada vez maior pelas festividades. Ao contrário, a maioria das festas de Umbanda pouco aparecem nas reportagens de jornal e outras mídias. São geralmente mais discretas e com um público menor. Porém, antes do momento público da festa, os candomblecistas ficam muito envolvidos com os preparativos e são obrigados a fazer uma série de adaptações na sua vida cotidiana em família e no trabalho. Muitos fazem horas extras para estarem liberados nos dias que estão escalados para o trabalho na *Casa-de-Santo*, mudam a rotina de suas casas, de seus familiares e do trabalho.

No Candomblé uma das tarefas dos *filhos de santo* é cuidar das vestimentas, dos adereços, das ferramentas dos orixás. Nas festas tudo tem que estar em perfeita ordem, sem contar que o zelo é necessário e o investimento é alto. No caso das roupas dos orixás, o custo pode chegar, se bordadas em *richelieu,* em um valor que pode variar de R$1.200,00 (mil e duzentos reais) a R$3.000,00 (três mil reais) e as mais comuns, roupas brancas, sem muitas saias, no preço médio de R$300,00

(trezentos reais)[229], segundo os valores correspondentes ao primeiro semestre de 2014 nas lojas de Umbanda, dentre elas o Mundo dos Tecidos, há 11 anos instalada na galeria B do Mercadão de Madureira, e a Oxalufã Rei dos Orixás, nas galerias G e H.

Um filho de Iemanjá, quando estiver recebendo o orixá, por exemplo, usa ampla saia azul em cetim barrado de fitas brancas e renda de bico branca, blusa rendada branca, pano da costa listado de amarelo, branco e marrom, laço na cintura. Na cabeça, um *adê*[230] azul bordado de cor-de-rosa, com vidrilhos transparentes, com franjas de miçangas - *imbé*, arrematado com um laço. No braço esquerdo, um *idê*[231], um espadim, flores e folhas gravadas em metal, tudo prateado. No outro braço, voltas de fios-de-contas brancas leitosas. Cordões de fios-de-conta em miçangas vermelhas, azul-marinho, branca, amarela e transparente[232]. O exemplo citado vem do Rio de Janeiro. Em outras regiões do país encontramos algumas variações como a saia em cor-de-rosa e detalhes em azul, no entanto, independente do lugar o valor gasto com o orixá é alto.

Na maioria das Umbandas os fiéis se vestem de branco, somente branco. Quando a *Casa* tem uma vestimenta diferenciada para as entidades estas não são adornadas da mesma forma que nos Candomblés em geral, ou seja, não são tão adornadas, mesmo observando as preferências das entidades como no caso da Pombagira, que gosta de muitos enfeites e veste blusa tipo cigana e saia vermelha, além de usar argolas, pulseiras e outros complementos.

Em 2003, em uma das visitas ao *Ilê Omulu Oxum*, conhecemos o espaço onde os *filhos de santo* guardavam as indumentárias dos seus orixás. Nesse grande cômodo da porta de entrada, pois não era permitido entrar no recinto, visualizamos mesas de passar roupa, banheiros, quartos de vestir, espaço para costura, tanque próximo, ou seja, tudo o que era necessário para os cuidados com as roupas e ferramentas. Uma filha do *terreiro* nos disse que tudo precisava estar sempre em dia, limpo, engomado e, as ferramentas brilhando, pois tudo era para o seu orixá, o qual precisava se apresentar belo e que era um privilégio servi-lo (informação

[229] Chegamos a esse valor em média através de pesquisas em lojas especializadas tanto no Mercadão como no comércio de Madureira e na internet.
[230] Espécie de coroa, tiara.
[231] Pulseira em forma de aro, geralmente de folha metálica.
[232] Uma vestimenta completa como aqui descrita pode ser encontra do acervo do Museu Nacional – UFRJ. Ver LODY (2003, p. 262)

verbal).[233] No espaço do *Ilê* se confecciona o primeiro enxoval da *iaô* durante seu processo de iniciação. Segundo Mãe Meninazinha, isso é uma forma de manter a tradição, pois existem muitos exageros nas vestimentas por conta da grande oferta de artigos religiosos nas lojas especializadas (informação verbal).[234]

Outra tarefa que toma bastante tempo na organização das festas de Candomblé são as compras e o preparo dos alimentos. O cardápio votivo específico de cada divindade é preparado dentro do ritual, de acordo com a "qualidade" do orixá que necessita das vibrações dos alimentos para manter o movimento, o princípio dinâmico gerador de força. "Comem os deuses e, principalmente comem os homens" (LODY, 1998, p. 24).

> Sem dúvida, no Candomblé tudo começa na cozinha e nada pode ser comparado â energia que emana das oferendas aos orixás. Logo após o ritual de entrega, o axé se expande para a sala, para o barracão, para as casas para a cidade. A cozinha é, portanto, o grande laboratório sagrado onde o saber fazer, a fé, o respeito e a beleza plástica se encontram para o encanto das divindades. (AZEVEDO, Maria Stella de, apud LODY, 1998, p.17)

Para tratar dos alimentos, usaremos como exemplo a festa de Iemanjá que acontece dentro dos *terreiros.* Para Iemanjá, as comidas a serem preparadas são: o *ebô*-milho branco com mel ou dendê (mingau), o angu, o arroz, o *ejá*-peixe no dendê, limão, cebola, sal, coentro, como se fosse uma moqueca, podendo também ser feito no dendê e servido sobre o angu ou com arroz, o *manjar do céu* que é preparado à base de amido de milho e leite de coco, com maracujá e canela. Outras comidas brancas podem ser incluídas. Os animais para o sacrifício são carneiro, cabra, galinha, pato todos brancos ou de cor clara. No sacrifício de cada animal de quatro patas (quatro pés) são necessárias quatro aves (dois pés). O orixá só come determinadas partes dos animais, o restante é servido a todos os presentes na festa, juntamente com outros alimentos, no caso, arroz, angu e outros. Frisamos que na Umbanda não há sacrifício de animais.

> Sendo a comida uma linguagem ritual, o alimento devotado a cada orixá varia de acordo com a herança cultural de cada nação de candomblé, com cada contexto histórico-geográfico, com cada terreiro, ou qualidade (avatar) de quem a recebe. Ao cruzar o Atlântico, as tradições culinárias sofreram

[233] A filha de santo pediu para não ser identificada. Acreditamos que era uma forma de preservação da sua fé. Depoimento informal concedido a Joanice de S. Vigorito, São João de Meriti, Rio de Janeiro (RJ), 2003.

[234] Depoimento informal de Mãe Meninazinha de Oxum concedido a Joanice de S. Vigorito, São João de Meriti, Rio de Janeiro (RJ), 2003.

> adaptações imperativas â continuidade dos cultos e a elas se somaram influências locais. (AMARAL, s/d, p.69)

Em 2003, tivemos oportunidade de sentar à mesa com Mãe Meninazinha, nas festas de Oyá e Oxalá, e participar do banquete (*ajeum)* oferecido. A comida foi feita com capricho e era muito saborosa. Nessa ocasião experimentamos o *aluá* - bebida fermentada a base de água, milho vermelho, gengibre e rapadura. Como nessa *Casa* preservar a tradição é importante, tal bebida não se restringia a acompanhar os alimentos sagrados, era distribuída a mesa dos convidados. Atualmente, muitos *terreiros* introduziram bebidas como refrigerantes na refeição oferecida aos que participam da festa.

A que se atentar que nas festas de Candomblé o banquete servido aos convidados e membros do terreiro se configura como um significativo momento de socialização entre os diversos grupos sociais ali presentes. Quando a roça está situada em uma comunidade muito carente, o alimento servido nesses momentos festivos, para além do religioso, é muito apreciado, pois a refeição é de uma qualidade que muitos não têm em suas residências.

Mas antes do citado banquete e de oferecer as oferendas ao orixá, os *filhos de santo* vão ao mercado comprar todos os ingredientes necessários à festa; do sal aos animais, das folhas as fitas. A compra não é feita de qualquer forma, segue normas e regras da ordem do sagrado. É um comprar ritualizado, por exemplo, o *abiã* (novato) não conhece o emprego ritual dos materiais litúrgicos que precisa comprar no mercado, assim, necessita-se da orientação de uma pessoa que já fez a *obrigação* de sete anos, pois esta é conhecedora dos ritos. Ir ao mercado faz parte do rito de passagem no processo de iniciação[235]. “As compras desempenham um papel importante na própria instrução do neófito (...) são regidas pela etiqueta da pedagogia iniciática”.[236] Trata-se do momento de criar e fortalecer laços no mercado.

Em 2013, tivemos a oportunidade de acompanhar a distância uma jovem *iaô* que fazia compras no Mercadão acompanhada de uma pessoa que identificamos como um *filho de santo* mais experiente que orientava o comprar. Não foi possível aproximação, mas era visível que a comunicação entre eles era feita de forma sistemática e na maior parte do tempo em silêncio. O contato com os comerciantes era diferenciado, pois não tinha a dinâmica dos contatos mais corriqueiros que

[235] Ver VOGEL, MELLO, BARROS (2001, p.13)
[236] Ibid.

geralmente são mais barulhentos e questionadores, tipo: qual o preço? Tem maior? Menor? etc . Isso de fato não acontecia na relação aqui citada.

Mãe Leda de Nanã nos disse que no rito de comprar o jovem no santo aprende muitas coisas, inclusive que não pode pôr as mãos em qualquer lugar. No dia dessa conversa, havia uma pequena mesa, na qual estava apoiada uma sopeira de louça com água e nela imersos artigos religiosos, dentre eles búzios. Ela pediu que eu lhe passasse os búzios, imediatamente, colocamos a mão na água para pegá-los e ela disse: "você não sabe onde colocar as mãos, carece de aprendizado" (informação verbal).[237] Nesse caso, ela mostrava na prática o ensinamento e a importância da iniciação cotidiana.

Após as compras, os responsáveis pelos alimentos criam uma rotina para o preparo, pois algumas comidas precisam ser preparadas de véspera. Na cozinha, entre ações próprias da ritualística, a *Iabassé, iaô* das mais antigas, e chefe da cozinha ritual, comanda as mais novas no santo na preparação do alimento próprio do orixá, específico para determinadas cerimônias.

As "comidas de santos" podem ser divididas em dois tipos: comidas secas (que não envolvem o sacrifico animal) e as comidas sacrificiais ("animais cujo o sangue e vísceras são oferecidos aos orixás e entidades" (AMARAL, s/d, p.68) A carne preparada ritualmente é servida a comunidade religiosa e convidados. Na Umbanda

> As entidades [...], por terem tido vida humana, conservam um "paladar" coerente com sua origem e identidade. Assim, por exemplo, os "caboclos-de-pena (entidades indígenas) são "agradados" com frutas e vinho e os caboclos boiadeiros, com arroz-de-carreteiro, feijão-tropeiro, peixada, churrasco e frutas (AMARAL, s/d., p. 69)

No Candomblé o sacrifício do animal é realizado um dia antes das comemorações e não é qualquer pessoa que pode executá-lo. É preciso ter mão de faca, só feito pelo *Axogun*[238] ou pelo chefe do *terreiro.* Se houver quebra das regras rituais no sacrifício dos animais, a divindade recusa a oferenda. A finalidade do sacrifício é manter a força dinâmica do orixá, renová-la em seus assentamentos que são regados com o sangue do animal (que contém *axé* -força vital), pois por meio dele a divindade se conecta aos seus filhos.

---

[237] Depoimento de Mãe Leda de Nanã, concedido a Joanice de S. Vigorito, Volta Redonda, Rio de Janeiro (RJ), 2006.

[238] "Auxiliar de grande categoria, cuja função é sacrificar, dentro de determinadas regras, os animais que serão oferecidos aos orixás, no candomblé tradicional" (CACCIATORE, 1988, p. 57).

Toda vez que se faz sacrifício de animais para um orixá, também se faz sacrifício de animais para Exu. Depois da matança o orixá é consultado através dos búzios para saber se ele aceitou o sacrifício: (joga-se pedaços cortados de *alubaça* (cebola) e de *obi* (fruto da palmeira africana- também conhecido como coleira para saber o veredito da divindade). Os candomblecistas afirmam que os animais não sofrem torturas, e são tratados com respeito, pois são elementos da natureza assim como as próprias divindades.

> O simbolismo dos animais reforça as características dos deuses diante do panorama mitológico e das próprias organizações religiosas [...] os animais votivos não são apenas alimentos que irão ampliar e reforçar os elos do axé em sua concepção propiciatória e invocativa. Os animais dos sacrifícios são emblemas de ordem hierárquica, de conteúdo ético, moral e especialmente religioso. (LODY, 1998 p. 92)

Vale observar que nenhuma parte dos animais sacrificados é descartada, por exemplo, o couro é usado nos instrumentos musicais e em outros objetos.

O sacrifício ritual no Candomblé é um assunto polêmico, pois vários grupos, inclusive as instituições de proteção aos animais alegam que essa prática é abusiva e leva os animais ao sofrimento. No entanto, os grupos religiosos se defendem apoiados no respeito aos seres da natureza, um dos preceitos primordiais de sua crença e no ritual respeitoso. Alegam que os animais adquiridos no mercado estão à venda para qualquer pessoa os abater e consumir em suas residências ou comércio, não necessariamente em atitude de respeito, mas muito mais como uma prática rotineira de preparação de alimentos e, sem maiores cuidados.

O Mercadão está sempre às voltas com essa polêmica por negociar animais vivos em suas instalações, como já citado aqui. Mas é fato que a clientela das lojas de animais do Mercadão não é formada só pelo *povo do santo*. Basta parar nas proximidades das lojas e observar os clientes que frequentam os estabelecimentos, muitos deles uniformizados trazendo em suas roupas o nome do estabelecimento comercial para qual trabalham.

No período das festas a cozinha do *terreiro* é também o local no qual se preparam as refeições profanas para os que estão no trabalho intenso junto aos afazeres festivos. É na cozinha que as conversas rolam soltas e a confraternização se intensifica. Disseram-me alguns *filhos de santo* das *Casas* visitadas, que na cozinha tudo se sabe, o que comprovei na prática, pois fui convidada para o almoço de aniversário de 66 anos de Mãe Meninazinha, no dia 17 de agosto de 2003. Como

não era festa ritual, circulei pela cozinha e ajudei na função lavando os pratos, assim observei que as trocas eram intensas nesse espaço: planejavam as próximas festas, falavam da família, do trabalho, riam muito. Mas quando um membro mais antigo de santo que ainda não tinha sido visto entrava na cozinha, os *filhos de santo* paravam seus afazeres e deitavam rapidamente no chão, aos pés da pessoa, em atitude de reverência e respeito, em troca recebiam bênçãos. Foi perceptível que na cozinha se reafirmavam laços e compromissos sociais, culturais e religiosos.

No Candomblé o grupo responsável pela ornamentação do barracão também atende as especificidades do orixá, ou seja, segue uma ordem própria da representação mítica e nessa prática se inclui o trato com as folhas sagradas que normalmente encontramos junto ao poste central em dias de festa. Além de fazer parte do ritual público, de ocupar um lugar de destaque no espaço sagrado do barracão, as ervas são fundamentais em todos os momentos rituais das religiões afro-brasileiras. Sem as ervas sagradas não tem *axé,* pois elas são carregadas da força vital. Elas estão presentes nos assentamentos dos orixás, nas feituras de santo, nas obrigações rituais, na lavagem das contas, nos banhos de purificação e descarrego. Os adeptos acreditam que a energia contida nas ervas sagradas não pode ser manuseada de forma indiscriminada, pois tem o risco de gerar energias ruins. Quando combinadas nos banhos de ervas, têm a função de limpar a aura e gerar energia positiva. Esta é uma concepção tanto do Candomblé quanto da Umbanda.

As ervas sagradas usadas nos rituais para Iemanjá no Candomblé, geralmente são: *a alcaparreira – galeata*, *altéia – malvarisco*, *aracá-da-praia*, *araticum-de-areia – malolô*, *coco-de-iri*, *erva de Santa Luzia*, *fruta-da-condessa*, *graviola – corosol*, *guabiraba anis*, *maçã-de-cobra*, e *musgo marinho*. Não é obrigatório usar todas ao mesmo tempo. Já na Umbanda, as ervas mais utilizadas para Iemanjá são as folhas de lágrimas de Nossa Senhora, lavanda, alfazema, pata de vaca, jasmim, anis, hortelã, mastruço, chapéu de couro e a erva de Santa Luzia. Alguns terreiros também usam: jarrinha, algas marinhas, rama de leite, aguapé, cana do brejo, alfavaquinha, folha da costa, macaça, malva branca, betis, e taioba branca.

No Candomblé existe o ritual da *sasanha* ou *sassaim* que consiste em cantar ou rezar as folhas sagradas para extrair o seu sumo, "sangue de origem vegetal"[239] e também existe o ritual da preparação do *abô*, conhecido como água de *abô, qye é* preparado através da maceração de folhas em pilão de madeira e pedras especiais. Os *abôs* podem ser de vários tipos, ou seja, ter uma seleção específica de folhas sagradas escolhidas de acordo com sua utilização no ritual. O *abô* pode ser usado para lavar os assentamentos dos deuses, nos rituais de purificação, no banho iniciático, ser ingerido e outras tantas utilizações no espaço interno dos *terreiros* e fora dele.

Segundo Lody (2002, p. 289), esse líquido (água de *abô)* "(...) processado é acondicionado em potes de barro –uns individuais, outros específicos de certos orixás e outros coletivos -, para consumo de todos os membros do terreiro". Assim, podemos encontrar potes de *agô* nos *pejis no roncó* e ao ar livre entre os muros do *terreiro.*

Outros preparos importantes na ritualística dos Candomblés *Ketu,* Angola, *Jeje*, Caboclo são feitos com as folhas sagradas, como o *amassi* , *ariaxé*, o banho de ervas, chás, defumadores e outros[240]. Em ioruba existe um ditado: "kosi ewe kosi orixá", sem folha, não há orixá. Para a Umbanda, o *amaci* (maceração de certas ervas) é forte e poderoso, com ele se firma o orixá na cabeça dos que estão sendo iniciados no santo, comparável ao *axé* do sangue animal para o Candomblé[241].

No "Mercadão das Ervas" do interior do Mercadão de Madureira, em conversa com a proprietária do box 29 e do box 22, a Sr.ª Fátima (informação verbal)[242] nos relatou a mudança do perfil desse comércio. Ela disse que quando a mãe dela começou a trabalhar na área, o comércio era de verduras, mas elas observaram que as verduras, com o passar dos anos, foram perdendo espaço para as ervas. Ela também afirmou que atualmente a procura por ervas aumentou muito, "tanto para banho, banho espiritual, xaropes, fazer garrafadas, tem várias coisas"[243]. Acrescentou que as pessoas dos mais diversos *terreiros* procuram ervas parecidas

[239] Em relação ao "sangue vegetal", ver Santos (1986, pp. 41 a 43)
[240] Ver Lody (2002, p. 289-288)
[241] Ver SARACENI (2015, p.163)
[242] Depoimento de Fátima Estephanio, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa]. A Srª Fátima é proprietária do box 22 e também do box 29 no Mercadão das ervas. Ela começou a trabalhar no Mercado em 1979, junto com sua mãe Dona Célia, que já estava nesse comércio desde 1962.
[243] Ibid.

e as mais pedidas são levante, manjericão e macassá. A Srª. Fátima[244] afirmou também que as pessoas, em geral, não conhecem as ervas e que ela precisa ajudar quando não há acompanhamento de pessoa mais velha no santo. Ela se orgulha de ser conhecedora das ervas aromáticas, medicinais e mágicas e, se aventura a dar receita de um banho de atração para o amor feito à base de menta, sândalo e catinga de mulata.

Dona Beth (informação verbal)[245], conhecedora das ervas, disse que o conhecimento das ervas, passa de pai para filho, dos mais velhos para os mais novos. A força do comércio das ervas é tão significativa que no Mercadão encontramos 23 boxes e uma loja especializados na venda das mais variadas ervas, principalmente para atender os *terreiros.*

No Mercado a procura por ervas para defumação ritual é grande, pois no início de toda festa ou gira, tanto no Candomblé como na Umbanda, as pessoas presentes são defumadas por fumaça produzida pela queima de folhas sagradas com o intuito de gerar boas vibrações e afastar os males. As mais usadas são o alecrim, a alfazema, a arruda, dentre outras. Observamos que os aromas produzidos pela queima das folhas permanecem o tempo todo no ambiente e penetram nas roupas dos presentes. Em todos os terreiros que visitamos a defumação foi praticada.

Para preparar os banhos de descarrego e de purificação é necessário ter o conhecimento das ervas, de suas combinações, e da forma de fazer a infusão, mas principalmente conhecer o sistema dinâmico religioso no qual elas estão inseridas. Geralmente esse conhecimento e a indicação do uso das ervas estão nas mãos da liderança religiosa da *Casa*, das *ialorixá*s e dos *babalorixás* ou de uma pessoa de confiança dos mesmos, uma pessoa antiga de santo.

Verger, em seu livro *EWÉ* - O uso das plantas na sociedade ioruba afirma que “A despeito da diversidade de qualidade relacionadas às folhas segundo suas várias associações existe uma certa constância em seu simbolismo” (2204, p. 25). Mas deve-se observar que a maioria das pessoas que praticam as religiões afro-brasileiras desconhecem os significados das ervas e das plantas que fazem parte do

[244] Ibid

[245] Depoimento de Beth, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

sistema religioso no qual atuam. Contudo a força do aprendizado pela oralidade e pela tradição são o suficiente para validar o uso das plantas.

Em 2004, a convite de Mãe Meninazinha, estivemos em uma festa de "obrigação" de sete anos de uma das suas filhas em um *terreiro* na cidade de Pinheiral, Estado do Rio de Janeiro. Chegamos cedo na *Casa-de-Santo* para ter oportunidade de empreender mais conversas. Observamos que os iniciados, após o envolvimento nos preparativos da festa, e antes da parte pública da festa, faziam fila na entrada do banheiro, cada um com uma vasilha com água e ervas. Eles disseram que era para o banho de limpeza e que nenhum deles iria para o barracão sem essa ação. No mesmo dia, desde o início da festa, no chão do barracão encontrava-se um banquete com vários tipos de alimentos arrumados sobre folhas de bananeira. Depois dos trabalhos rituais do dia, fomos convidados a saborear as iguarias, mas com a recomendação que usássemos as folhas como prato e comêssemos com as mãos. Não nos foi explicado o porquê de comer com as mãos naquela festa específica, mas sabemos que é uma prática comum nos *terreiros*, inclusive nos dias de hoje, e que no Brasil comer com as mãos faz parte do fazer ritualístico de várias *Casas* de Candomblé, principalmente na iniciação, o que é uma questão de tradição.

Registramos outro momento, dia 14 do mês de novembro de 2013, no *Templo de Umbanda Luz Divina* onde aconteceu uma *gira* comemorativa, aberta ao público, pelos 105 anos do nascimento da Umbanda. Na convocação para *gira,* a dirigente Sandra solicitou aos médiuns que trouxessem folhas verdes para o ritual do "bate folha" e formação do tapete verde. Na *gira* também aconteceu a chamada de Caboclos e oferendas às sete linhas da Umbanda. No ritual do "bate folha" um apanhado de ervas é atado por palha da costa. As ervas são geralmente da preferência da entidade/divindade celebrada, ou seja, ligadas ao seu panteão mítico. Depois colocam-se estas ervas em um círculo desenhado no chão com *pemba* branca nas proximidades do médium incorporado de sua entidade que consagra as ervas, que serão usadas pela entidade para limpeza das pessoas que recebem suas bênçãos.

Este ritual muito comum na Umbanda também acontece no Candomblé, principalmente nos de Nação Congo-Angola de origem Banto. No Rio de Janeiro encontramos no bairro Anchieta o *Terreiro Bate Folha*, fundado no início da década de 1940 por João Lessenge. A *Casa* é um braço do famoso *Terreiro Bate Folha de Salvador*, na Bahia ou *Mansu Bandu Kenkê,* fundado por Manuel Bernardino da

Paixão no início da década de 1920. O terreiro baiano é reconhecido como Patrimônio Cultural Brasileiro pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e como Território Cultural Brasileiro pela Fundação Palmares. Também considerado como um dos maiores *terreiros* do Brasil.

> O trabalho com as folhas, cultivadas na mata sagrada (*manhonga*), deu nome ao terreiro. A valorização e o cultivo do conhecimento associado à flora pelos membros do terreiro fazem desse lugar, além de um centro cultural e espiritual, um espaço de preservação ambiental. O Bate Folha destaca-se pela enorme área ocupada por remanescente da Mata Atlântica, cerca de 70% da área total, onde estão árvores sagradas centenárias. (MORIM, Júlia. 2009)[246].

Uma vez concluído os preparativos dentro dos seus rituais específicos, ou seja, festa marcada, pessoas convidadas, alimentos preparados, terreiro ornamentado, indumentárias prontas, a parte pública da festa ou da *gira*, da *gira festiva*, pode acontecer.

Após essa breve explicação do uso dos mais diversos artigos religiosos envolvidos nos preparativos das festas, nos rituais de assentamentos, nas oferendas e firmezas e como esses produtos são essenciais na construção da ritualísticas das religiões afro-brasileiras fica evidente a importância dos mercados nesse processo.

Os comerciantes das lojas de artigos religiosos do Mercadão se mantêm em sintonia com as exigências rituais das religiões afro-brasileiras, pois valorizam a carga simbólica dos materiais litúrgicos ao preservar sua concepção estética tradicional na fabricação artesanal e ao comercializarem artigos produzidos em alta escala pela indústria o fazem em diálogo com os chefes dos *terreiros.*

Mas nas festas de candomblé tudo começa com o toque dos atabaques. Aos poucos os *filhos de santo,* ao som dos tambores entram na roda, dançam e cantam. Sem música não há festa nos candomblés nem nas umbandas. Quando não tocam os atabaques, como é o caso de algumas poucas umbandas, os fiéis cantam ao som de palmas para chamar suas divindades e entidades para a festa. Segundo os fiéis, os atabaques são tocados para que as energias positivas se conectem e as vibrações dos *filhos de santo* se harmonizem para que o transe possa acontecer.

Nos candomblés somente os homens tocam os atabaques. Em alguns *terreiros* é possível encontrar uma mulher tocando *agogô*, mas não atabaque. O fato das mulheres ficarem menstruadas é a justificativa da ausência feminina no toque dos atabaques, pois a menstruação é um tabu nas religiões afro-brasileiras. Por

[246] Disponível em: <http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar> . Último acesso em: 6 ago. 2014.

exemplo, o povo da Nação *jeje* acredita que o sangue menstrual pode causar perda na força da entidade, assim comprometendo os rituais religiosos. Isso não se dá em algumas Casas de Umbanda onde encontramos mulheres que tocavam os atabaques, como foi o caso de um *Centro* na cidade de Pinheiral. Segundo Sandro Costa Mattos:

> […] na umbanda, um indivíduo feminino tem totais condições de ser uma atabaqueira, sem problema algum. Se considerarmos que os Ogãs têm um poder divino, uma faculdade mediúnica musical, esta não vem com o gênero, e sim com o espírito e este por ter origem na essência divina, não tem sexo. (2005, p. 93).

Os homens que tocam os atabaques não incorporam o santo e recebem de acordo com a nação a qual pertencem os seguintes nomes: *ogãs (ketú), runtós (jeje) xincaringomes (Angola-Congo)*. A forma de tocar os atabaques também é determinada pelo tipo de nação, sem contar que é possível identificar a origem étnica do Candomblé pelo som dos atabaques. Os instrumentos são importantes pela música que produzem. É através do toque dos atabaques que se dá a conexão com os deuses e com as entidades. O som dos atabaques acompanha praticamente todos os rituais do terreiro, inclusive os mais secretos.

Os atabaques são em número de três: *rum* (o maior- som grave), *rumpi* (tamanho médio – registro médio) e *lé* ou *runlé* (o menor- som agudo). Eles são de madeira, construídos por ripas ou por uma peça única ocada e também "por couro animal esticado sobre aro de madeira ou caixa oca de madeira" (LODY, 2003, p, 67). Eles são verdadeiros tesouros simbólicos dos *terreiros,* e ocupam lugar de destaque no barracão. No Candomblé os atabaques são batizados e recebem oferendas e sacrifícios para manter seu *axé,* geralmente uma vez por ano. "O atabaque é sacralizado, alimentado, vestido; possuirá nome próprio; e só pessoas de importância para comunidade poderão tocá-lo e usá-lo nos rituais" (ibid.)[247]. Na Umbanda o batismo dos atabaques é feito com uma mistura de água com folhas sagradas.

Vale observar que os cânticos que acompanham os atabaques no Candomblé são executados em iorubá e na Umbanda em português.

No ritmo dos tambores, das músicas ou dos pontos cantados, os iniciados incorporam suas divindades e entidades. No caso do Candomblé de *Ketu,* os *filhos de santo* na roda do *xirê*, vão recebendo seus orixás conforme os cânticos vão

[247] Sobre os atabaques ver: LODY, (2003, pp. 66 a 70), BASTIDE (2001 p. 125), VERGER, (2002, p.72)

sendo entoados. Primeiro se canta para Exu, o mensageiro, para que este se encuba de ir chamar os outros orixás. Em seguida canta-se para Ogum, que entra na roda, depois para Oxóssi, seguido por Obaluaiê (Omolu), Ossaim, Oxumaré, Xangô, Oxum, Iansã, Iemanjá e Oxalá. As danças ganham uma coreografia própria conforme a qualidade do orixá e de acordo com sua origem. Depois da sequência de cânticos os orixás são retirados do barracão e encaminhados a um espaço reservado, privado, onde com o auxílio das *ekédis*[248] vestem os paramentos próprios do orixá. Uma vez vestidos e ornados, as divindades são encaminhadas de volta para o barracão para continuar a festa, a dança, a música, e a coreografia.

O barracão se enche de cores e de um êxtase contagiante pontuado pelos atabaques tocados no ritmo das batidas do coração. Depois de muito dançar e abençoar os orixás são retirados do barracão para salas anexas. Eles comem bolo, pois sempre tem bolo nas festas de Candomblé. Enfim, são encaminhados para uma parte privada do terreiro, onde sob orientação da liderança religiosa o transe tem seu fim. O jantar é servido e a confraternização entre membros da *Casa* e a comunidade externa se intensifica. Em alguns *terreiros* o jantar é servido enquanto os *filhos de santo* incorporados estão se paramentando com as vestimentas dos orixás. Vale observar que tanto no Candomblé quanto na Umbanda alguns filhos da *Casa* não recebem o santo, é o caso dos *ogãs* e das *ekédis*/*cambonas.*

No caso do Centro Espírita Filhos da Umbanda de Barra Mansa, da linha kardecista, durante as *giras,* os filhos da *Casa* cantam os pontos posicionados em fileiras paralelas (uma fileira atrás da outra) e só se posicionam em roda depois que as entidades, Caboclos, Pretos Velhos incorporam seus cavalos. Não há uma ordem específica de pontos cantados para que o transe aconteça, mas observamos que a liderança da *Casa* sempre era a primeira a incorporar e, depois os mais velhos de santo e assim por diante. No início da *gira* propriamente dita, em geral, os umbandistas batem com a ponta dos dedos no chão. Com a mão esquerda saúdam Exu senhor dos caminhos e com os dedos da mão direita pedem licença para entrar no espaço reservado aos trabalhos no local da *gira*.

Outro rito importantíssimo na Umbanda, citado anteriormente, é o ponto riscado, feito com a *pemba,* normalmente branca. Cada entidade ou divindade tem uma forma específica de marcação que simboliza a personalidade de quem a riscou,

[248] *Ekédis:* trabalham junto aos *filhos de santo* quando estes estão incorporados. Na Umbanda recebem o nome de *Cambonas*)

ou seja, da entidade ou divindade. Cada um tem sua própria *pemba.* Normalmente se risca no chão, sendo que os Pretos Velhos riscam em tábuas e, raramente no chão. “É comum o círculo fechando o desenho por fora; é menos frequente o grande triângulo dentro do círculo, e geralmente indica influência do Povo Cambinda” (D’ARRUDA, 2010, p.60). No Candomblé a *pemba* também é parte importante de vários rituais.

Não desenvolveremos questões mais pontuais da parte pública do ritual da festas religiosas afro-brasileiras nos *terreiros*, passo que nosso intuito neste capítulo foi apresentar a farta gama de artigos religiosos utilizados na ritualística das religiões afro-brasileiras aqui representadas pela Umbanda e pelo Candomblé e, a partir daí, significar a importância dos mercados na construção ritual.

Assim, pensar a festa - associada ao corpo mítico, ao sistema simbólico das religiões afro-brasileiras, é, enfim, também discutir o imaginário nessa construção de visão de mundo, na medida em que elas relacionam as imagens, os símbolos, os mitos, as visões de mundo, as questões socioculturais e aos elementos do imaginário não com um fim em si mesmos, mas voltados para objetos mais definidos como as representações, os símbolos e as imagens com a sua correspondente interação na vida social, cultural e política, bem como e no papel que cumprem em determinadas cerimônias ou rituais.

Nesse contexto, a Festa de Iemanjá do Mercadão de Madureira, não só se apresenta como uma ação representativa do estilo de vida dos *filhos de santo,* mas como o lugar no qual uma releitura de uma parte da tradição festiva dos *terreiros* migra para o espaço público do Mercado e reforça através da celebração os valores, os costumes, as formas de viver, os laços de convivência dos *terreiros*. Isso permite ou torna oportuna as trocas simbólicas, carregadas de valores apoiados na tradição religiosa de matriz africana em articulação de pertencimento - nas suas perspectivas, míticas, ritualísticas, estéticas, imaginárias -, num processo de releitura da tradição e de mediação cultural.

Capítulo 4- A festa de Iemanjá do Mercadão de Madureira

"A festa é uma fala, uma memória e uma mensagem"
(BRANDÃO, 2001, p.8)

Foi no ano de 2003 que se realizou a primeira Festa de Iemanjá no Mercadão de Madureira, em agradecimento aos orixás pelo novo mercado reconstruído após sua destruição no grande incêndio de janeiro de 2000. O Sr. Horácio Afonso do Departamento de Marketing, nos relatou sobre a festa de Iemanjá:

> foi no começo, após o incêndio do Mercadão, quando nós reinauguramos. Foi uma maneira da gente agradecer ao espírito, assim agradecer da gente ter voltado, né. Então nós somos matérias, mas tem algo acima da gente. Então os comerciantes do segmento religioso se reuniram junto com o condomínio com o aval do nosso síndico, que junto com o marketing, e criamos a Festa de Iemanjá, como uma forma de agradecer a Iemanjá o nosso retorno e a volta dos clientes e o retorno das famílias que vivem do Mercadão (informação verbal)[249].

Neste contexto, Hélio Sillman (informação verbal)[250], um dos organizadores da festa de Iemanjá e proprietário de uma loja de Umbanda no Mercado, relatou que tudo começou com a vontade de agradecer a Iemanjá pelo novo Mercado e para espantar coisas ruins. Para tal ele realizou a lavagem das escadarias que ficam em uma das entradas do Mercadão. Segundo relatos de alguns clientes, isso foi feito com água de cheiro aromatizada e com o perfume de folhas e ervas diversas, como alfazema e laranjeira.

Hélio nos disse que, em um primeiro momento, levaria um barco de oferendas para Iemanjá em uma Fiorino de Madureira para Copacabana, mas a realidade foi outra, várias pessoas decidiram juntar-se a ele para agradecer e acabaram por alugar um caminhão para transportar as oferendas para a praia. (informação verbal).[251]

---

[249] Depoimento de Horácio Afonso Depoimento de Hélio Sillman, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 08 abr. 2014. Gravação sonora.

[250] Hélio Sillman tem 30 anos de Mercadão. Ele é proprietário da loja O Mundo dos Orixás. Junto com Guaracy Coutinho são os responsáveis diretos pela Festa de Iemanjá desde a primeira edição em 2003. Depoimento de Hélio Sillman, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 08 abr. 2014. Gravação sonora.

[251] Depoimento de Hélio Sillman, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora.

O jornal O Globo de 30 de dezembro de 2003, na sua página 09, em reportagem de Ana Wambier, noticiou que 500 pessoas foram à praia de Copacabana no dia anterior, o dia da Festa de Iemanjá. Destacou-se que os adeptos das religiões afro-brasileiras como Umbanda e Candomblé estavam vestidos de branco. Ainda segundo a reportagem, os seguidores "Saíram em carreata, numa espécie de procissão motorizada, desde o Mercadão de Madureira até Copacabana". Na mesma notícia comentou-se que por dois meses, trinta e uma lojas do Mercadão especializadas no comércio de artigos religiosos colocaram barcos construídos de forma artesanal para receber oferendas para Iemanjá na porta dos seus estabelecimentos, os quais no dia 29 de dezembro foram lançados ao mar juntamente com as oferendas.

O jornal O Globo, em edições do mês de dezembro dos anos seguintes, publicou que a expectativa em relação ao número de pessoas presentes na festa de Iemanjá do Mercadão, incluindo a praia de Copacabana, era grande. O jornal O Globo[252] ofereceu os seguintes dados:

Ano	2004	2005	2007	2008	2014
Pessoas	1.500	4.000	3.000	5.000	5.000

Quadro 4- Número de pessoas presentes na festa de Iemanjá do Mercadão (2004-2014)
Fonte: Jornal O Globo[253]

Vale observar que nos faltam dados referentes ao público de alguns anos entre 2004 e 2014, mas a festa de Iemanjá continuou sendo noticiada em todas as suas edições. Pontuamos que os organizadores da festa têm uma fala discordante dos jornais da época, no que se refere à expectativa e à presença efetiva do público no evento festivo. No caso de 2003, Hélio Sillman declarou a presença de mil pessoas na festa de Iemanjá. Para 2004, ele estimou um número de 15 mil participantes. Em abril de 2014, nos relatou sua previsão de público em uma estimativa de 10 mil pessoas na praia de Copacabana (informação informal),[254] o dobro do noticiado pelo jornal O Globo[255] dois dias antes da festa. Mesmo

[252] O Globo edições: 26/12/2004 (p. 3); 30/12/2005 (p. 11); 29/12/2007 (p. 14); 29/12/2008 (p. 03); 27/12/2014 (pp. 08-09)
[253] Ibid.
[254] Depoimento de Hélio Sillman, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 08 abr. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[255] Edição de 27 dez 2014.

considerando as margens de erros próprias de qualquer estimativa, seja ela projetada por dados ou por vivência no acontecimento, tanto o jornal quanto os organizadores da festa de Iemanjá concordam que o público presente as homenagens ao orixá cresceu. Neste contexto, desde 2003, a festa de Iemanjá movimenta a comunidade afro-brasileira da cidade do Rio de Janeiro, bem como simpatizantes, e transforma o Mercadão de Madureira em um lugar de trocas socioculturais intimamente ligadas aos *terreiros*[256]*.*

Vale observar que o dia de Iemanjá, a ser comemorado todo 29 de dezembro, faz parte do calendário oficial do Município do Rio de Janeiro desde 2007.[257]. Em 2014, nesta data, o Mercadão de Madureira realizou a 12ª edição da Festa de Iemanjá e no desenrolar do nosso trabalho de campo, tivemos a oportunidade de participar da festa nos anos de 2012, 2013 e 2014. No primeiro ano, apenas observamos a chegada da carreata com a imagem de Iemanjá na praia de Copacabana. Aquele ano de 2012, estávamos envolvidos com as leituras sobre as edições anteriores da festa. No ano seguinte, nos juntamos aos fiéis na areia da praia, o que permitiu alguns diálogos interessantes, que serão apresentados durante este capítulo. No ano de 2014, participamos de forma mais efetiva no desenrolar dos preparativos da festa. Começamos a conversar com os organizadores do evento no segundo trimestre do ano e simultaneamente realizamos entrevistas com fiéis das *Casas de Santo*, com proprietários de lojas e com clientes do Mercadão. A pesquisa culminou com uma ativa participação na festa propriamente dita que se realizou no dia 29 de dezembro conforme o esperado.

Para construir nossa reflexão focamos na festa como celebração que se constrói no interior do mercado – Mercadão, como um lugar afetivo, um espaço de manifestação da fé, e um território resignificado que permite uma conexão entre o homem e o sagrado. Muniz Sodré (1988, p. 50), ao conceituar *território* no domínio das religiões afro-brasileiras frisa que “a memória cultural da África se afirmou aqui como território político-mítico-religioso, para a sua transmissão e preservação” e completa que

---

[256] “Conjunto dos terrenos e casas onde se processam as cerimônias religiosas e os preparativos para as mesmas, nos cultos afro-brasileiros, tanto do Candomblé (Ilê) como de Umbanda (Tenda, Cabana, Centro) e outros” (CACCIATORE, 1988, p. 236)

[257] Consta do Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro de 25 de maio de 2007, ofício GP/CM nº 707, que o então prefeito Cesar Maia sancionou a Lei nº 4.516 de 25 de maio de 2007 que: “ Institui no calendário Oficial do Município do Rio de Janeiro o dia de Iemanjá, a ser comemorado no dia 29 de dezembro de cada ano”. O autor da lei foi o Vereador Átila Nunes Neto. (Documento no Anexo 2)

> uma civilização desprovida de território físico a possibilidade de se "reterritorializar" na diáspora através de um patrimônio simbólico consubstanciado no saber vinculado ao culto dos muitos deuses, à institucionalização das festas, das dramatizações dançadas e das formas musicais. (Ibid.)

Sendo assim, na tentativa de compreender as relações socioculturais que se dão no interior do Mercado, enquanto *território usado* e *lugar afetivo*, no contexto da festa de Iemanjá, celebração de fé das religiões afro-brasileiras, nós nos perguntamos: quais seriam as funções da Festa de Iemanjá do Mercadão Madureira.

Primeiramente, toda festa tem suas funções e suas implicações formais no tempo e no espaço. Nas doze edições da Festa de Iemanjá, a natural rede de relações que envolveram os aspectos políticos, econômicos, sociais, culturais e religiosos, apresentaram-nos um cenário de visões de mundo diferenciadas, sociabilidades complexas, frustrações, conflitos, jogos de poder, reinvindicações, anseios e realizações. Ademais, nos causaria estranhamento se o cenário não se apresentasse de forma diferenciada, pois a despeito de idealizações, o processo histórico apresenta rupturas e descontinuidades e as trajetórias dos sujeitos na experiência do vivido são repletas de contradições e conflitos.

A festa de Iemanjá do Mercadão simboliza o poder do orixá na cultura afro-brasileira. A festa tem múltiplas funções, as quais estão intimamente ligadas ao que cada grupo social envolvido no processo deseja obter como resultado, tanto nas relações que se constroem durante os preparativos, como no próprio acontecimento festivo e após o fim da festa.

Em princípio podemos pontuar que a visibilidade que a festa adquiriu enquanto celebração a Iemanjá, considerada no Brasil, mãe de todos os orixás e senhora do mar, para qual pedimos bênçãos para um bom ano novo, cumpre as seguintes funções: 1. homenagear o orixá, exaltar, louvar e festejar a divindade africana; 2. reafirmar a devoção e acalentar os fiéis; 3. compartilhar visões de mundo, normas e valores; 4. reiterar laços políticos e econômicos; 5. demarcar um espaço público, no caso o Mercadão, como sendo um lugar das religiões afro-brasileiras; 6. e uma oportunidade de pedir pela paz e não violência.

Direcionaremos nosso foco de análise para Festa de Iemanjá do ano 2014, já que como explicado, foi apenas nesse ano que participamos de todas as etapas da festa. Os demais anos servem de baliza para pensar a experiência que pudemos vivenciar e que apresentamos como um ensaio de etnografia histórica.

Essa etnografia teve como fonte a participação intensa no evento, um conjunto de entrevistas e conversas informais feitas durante a festa e seus preparativos. E por fim fizemos também um registro fotográfico da festa como forma de rememorarmos o evento e dar ao leitor um suporte imagético que tanto serve as nossas análises quanto serve ao leitor para futuras pesquisas ou mesmo para que ele discorde do nosso argumento (ver anexo 3)

4.1- A Festa de Iemanjá do Mercadão de Madureira em 2014

A partir do dia 05 de dezembro de 2014, aproximadamente um mês antes da festa, uma imagem de Iemanjá de 1,80m de altura foi colocada nas proximidades da entrada principal, mas já no interior do Mercadão, tal qual nas edições anteriores da festa. A imagem de Iemanjá com sua vestimenta azul adornada com flores e pedras brilhantes ocupou o seu lugar na entrada do Mercadão como protagonista da festa e de acordo com alguns clientes, ela o fez com encanto e beleza.

Durante o tempo que a imagem lá permaneceu, teve aos seus pés um barco de aproximadamente 1m de comprimento, onde fiéis, simpatizantes e um grande número de clientes depositaram, durante todo mês, oferendas como perfumes, flores, sabonetes, pentes, espelhos, espumantes, pequenas imagens de Iemanjá e principalmente um número considerável de pedidos escritos no formato de pequenos bilhetes em papéis fornecidos pelos organizadores ou improvisados, por exemplo, no verso do folheto do programa da festa.

Observamos que a aparência da imagem de Iemanjá era assunto de muitas conversas dos passantes. Eles comparavam a vestimenta atual com a da festa do ano passado. Elogiavam, criticavam, davam sugestões ou simplesmente se encantavam e verbalizavam suas percepções, muitas vezes falando sozinhos. Caynara Coelho (informação verbal)[258] nos informou que a incumbência de adornar a imagem de Iemanjá é do Senhor Hélio, da loja Mundo dos Orixás, e que de acordo com ela, ele o faz por devoção.

> O Helinho lá do Mundo dos Orixás, é ele sempre o estilista da Iemanjá. Ele é que cria as roupas dela. Ele é o grande criador da imagem, restaura, tá sempre bonita. Todo ano ele faz uma coisa diferente. Para você ter uma ideia, passa criança aqui e diz: olha a princesa! Eles julgam que seja uma princesa, então param, ficam apaixonados olhando a imagem. Então quer dizer, a roupagem dela ajuda para chamar atenção, porque ela fica mais bonita (Caynara Coelho, - informação verbal)[259].

Em outro assunto corrente o foco era a força do orixá, a força de Iemanjá enquanto senhora dos *oris*[260], das cabeças, que rege as cabeças, fato que

[258] Caynara Coelho participa da organização da festa de Iemanjá tanto no que tange a parte material como espiritual. É umbandista integrante da Casa de Caridade Cabocla Jurema e também candomblecista da extinta Casa de Candomblé, o Ilê de Xapanã, onde ela atua em prol de reabertura da mesma. Depoimento de Caynara Coelho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[259] Ibid.

[260] *Ori*: cabeça; alma orgânica, perecível, cuja a sede é a cabeça. CACCIATORE (1988. p. 195)

observamos in loco nos dias em que lá estivemos durante o período de exposição da imagem. Nesses momentos, conversamos com várias pessoas sobre fé, Iemanjá, os pedidos, as oferendas e sobre o Mercado.

Dona Irinéia, cliente do Mercadão, moradora de Niterói, contou que participa todo ano da festa e visto que esteve doente, reforçou os pedidos tanto para ela como para os amigos. Ela nos disse: “quero que ela me dê muita paz e muita saúde. Que fique curada em nome de Deus e em nome de Iemanjá. Amém” (informação verbal)[261]. Tanto na fala da Dona Irinéia como também de Dona Aucenira e de outros clientes, constatamos que junto com a crença no orixá sempre aparecia uma fala que nos remetia ao catolicismo. Dona Irinéia nos disse: “Só eu e Deus, não tenho família. (...) Eu sempre venho, todo ano aqui, só não acompanho (...) para ir à praia, mas tô sempre aqui, por Nossa Senhora amém” (informação verbal).[262] Essa fala da entrevistada merece um pouco mais de atenção, já que nos leva quase que imediatamente a uma associação com a ideia de um sincretismo religioso. Observamos no desenrolar da nossa conversa que Dona Irinéia, que não é *filha de santo*, mas crê no orixá, acredita que como em outras religiões as divindades quando homenageadas podem oferecer auxilio para as dificuldades, por isso pediu e acreditou que receberia bênçãos. Na realidade dessa senhora discussões sobre sincretismo não tem eco, se quer entram em pauta, mas são de fato um aspecto efetivo da vivência cotidiana.

O fato de encontrarmos por seguidos anos, ao lado da imagem Iemanjá no Mercadão, um grande presépio com várias imagens de mais ou menos um metro de altura, acaba por colaborar para que pessoas, de forma apressada, levantem equivocadamente leituras deturpadas sobre sincretismo. O que inferimos a partir de conversas com os dirigentes do Mercadão, foi que sendo o Mercado um espaço de todos e lugar de cultura, eles não poderiam privilegiar nenhuma religião na ocupação das áreas comuns. Por esse motivo, o presépio e a imagem de Iemanjá foram colocados tão próximos, em lugar de destaque na entrada do Mercado. Adicionalmente, do ponto de vista comercial não seria positivo oferecer benefícios a qualquer grupo social.

---

[261] Depoimento de Irinéia, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[262] Ibid.

O compartilhamento do espaço pelo presépio e por Iemanjá, praticamente colocados lado a lado, foi mencionado no jornal O Globo de 28 de dezembro de 2008.[263] A matéria foi assinada por Eduardo Maia, que escreveu: “Poucos metros separam o presépio que retrata a Sagrada Família da imagem de Iemanjá”. No mesmo texto o repórter menciona que a festa tem manifestações de sincretismo religioso. O que chamou nossa atenção nessa reportagem foi a associação que o repórter fez do presépio com a imagem de Iemanjá, como se o fato de uma aproximação espacial das imagens fosse um fator determinante para a afirmativa que a festa de Iemanjá era sincrética. O nosso estranhamento não passa por uma negação do contato e das influências mutuas que sofrem as religiões de uma maneira geral. O que nos causou desconforto na reportagem foi a relação equivocada entre o presépio e a imagem de Iemanjá como determinante na venda de uma ideia de sincretismo, visto que a colocação do presépio nas proximidades do orixá não foi uma ação dos religiosos, e sim da direção do Mercadão. Para os responsáveis pelo Mercado, montar o presépio faz parte das ações comemorativas do mês de dezembro, assim como a montagem de cenários para homenagear o dia das mães, entre outras datas comemorativas.

Vale sublinhar que o culto a Iemanjá na passagem de ano é uma tradição umbandista, pois os candomblecistas oferecem oferendas a Iemanjá no dia 2 de fevereiro, tanto no Rio de Janeiro como na Bahia. Mas, no que se refere a festa de Iemanjá do Mercadão, a união de crenças é uma realidade. Para isso basta observar que ela é organizada, no que tange à parte religiosa, por candomblecistas e umbandistas, sendo que o segundo grupo tem um maior número de participantes.

No ano de 2014, Beatriz Nascimento[264], religiosa umbandista, juntamente com Caynara, foram responsáveis pela venda dos abadás da festa. Elas ficaram durante todo o mês de dezembro em uma mesa ao lado da imagem de Iemanjá e próxima a um mural de fotos. Esse mural tem o formato de uma grande caixa com portas de vidro, onde podemos visualizar fotos das edições anteriores da festa. Ao longo do mês, tivemos a oportunidade de ver os fiéis e demais pessoas que tinham fé no orixá depositarem em meio a preces seus presentes e pedidos no barco e no chão ao redor.

[263] Jornal O Globo de 28 de dezembro de 2008, p. 3

[264] Beatriz Nascimento participa da organização da festa de Iemanjá tanto no que tange a parte material como espiritual. É zeladora de Santo da Casa de Caridade Cabocla Jurema (Casa de Umbanda), cantora e compositora. Canta para Iemanjá durante a festa nas areias de Copacabana.

Na mesma mesa que se vendia os abadás havia um livro onde as pessoas interessadas em receber bênçãos dos sacerdotes no dia da festa escreviam seus nomes, dos seus familiares e amigos. No dia 29 o livro já tinha inúmeras assinaturas.

Ao comprar os abadás, as pessoas adquiriam alguns direitos durante o evento, por exemplo, ir de ônibus fretado de Madureira para Copacabana e ficar em espaço reservado na areia da praia, embaixo da tenda, com uma boa visão do rito.

Em 2014, devido a carência de recursos para realização da festa, os abadás foram vendidos por R$20,00 (vinte reais), o que dificultou a compra para alguns simpatizantes que foram entrevistados. Eles estavam interessados em participar da festa, porém acharam o preço alto, ou melhor dizendo, caro para realidade deles. Os organizadores contaram com a venda das camisas para aumentar a verba destinada aos preparativos do evento comemorativo. Em outras edições da festa, os abadás foram vendidos por valores mais baixos. Em 2008, as camisas custaram R$8,00 (oito reais), já em 2009 o preço foi de R$10,00 (dez reais). Não há um padrão determinado, pois em alguns anos os abadás não foram vendidos por um valor monetário, mas sim trocados por 1Kg de alimento para doação, ou até mesmo vendidos a um preço simbólico. O valor dos abadás é determinado de acordo com a verba adquirida junto aos patrocinadores do evento. Como em 2014 a verba foi muito baixa, os abadás tiveram o preço mais alto já registrado. O problema da falta de verba que quase impediu a realização da festa em 2014 foi uma fala corrente entre os entrevistados. Hélio Sillman e Guaracy Coutinho frisaram que a falta de patrocínio e incentivo, tanto do setor público quanto do privado, tornou-se um problema recorrente para realização do evento. Eles citaram dificuldades de toda ordem, inclusive a liberação das vias públicas para a passagem da carreata pelos bairros. Declararam que

> Hoje em dia é muito fácil pra mim e pro Hélio fazermos a festa de Iemanjá. O difícil é conseguirmos a verba pra fazer. Tendo em vista que no último ano, o ano passado, tivemos problema com verba e estamos devendo fornecedor até hoje. Terceiro ano que acontece isso. Nós não conseguirmos verbas para pagar os fornecedores. Negociando com eles: calma nós vamos pagar. Esse ano agora estamos buscando verba (...) pra pagar do ano passado que ficou fornecedor de camisa, tá devendo a ele. Então é uma festa feita com muita dificuldade (...) quem vê não imagina como é difícil fazer uma festa. Mas quando acaba no dia 29 no fim da festa dá

> aquela felicidade porque fazemos por amor. (Guaracy Coutinho- informação verbal)[265]
>
> É uma festa de 12 anos que já está na sua 12º edição consecutiva e o povo aderiu (...) fazer uma festa de 12 anos requer tempo dedicação e dinheiro. Nós temos o tempo e a dedicação, o dinheiro não, então fica muito difícil organizar uma festa desse porte, onde 10 mil pessoas na praia sem dinheiro. A gente não tem verba, a gente corre atrás da Prefeitura, a gente corre atrás, a gente vende camisa, a gente vai nos políticos, a gente faz de tudo para conseguir verba e a verba é muito difícil. Passa a ser uma coisa de religião, eu não vejo esse lado como religião, isso é uma festa cultural. A cultura tá implantada aí, isso é cultural (...) isso é tradição e cultura. (Hélio Sillman – informação verbal)[266]

Mesmo que as discussões sobre a falta de verba e sobre o lugar que a festa ocupa no meio religioso, no meio político, entre os comerciantes, clientes e direção do condomínio do Mercadão serão desenvolvidas mais adiante nesse capítulo, entendemos ser necessário começar a pontuar essas questões com as colocações dos principais mentores da festa, pois elas se avolumaram consideravelmente nessas pelas entrevistas, esse certamente foi e continua sendo um dos pontos de atrito entre os vários grupos sociais envolvidos. Podemos adiantar que outros conflitos também são bastante pontuados, como as questões que envolvem o conceito da festa: É uma festa religiosa ou cultural? Com qual concepção de festa o Mercadão quer aliar sua imagem? É possível descolar o religioso do cultural?

A despeito das dificuldades na organização da festa, o público protagonizou várias manifestações de fé junto a imagem de Iemanjá. Havia pessoas que vinham agradecer, outras que acreditavam firmemente que seus desejos depositados aos pés de Iemanjá seriam atendidos. Idosos, crianças, jovens, pessoas de todas as idades, homens, mulheres, católicos, candomblecistas, umbandistas, gente de várias religiões e de diversos estados por lá passaram e renderam homenagens.

No dia 17 de dezembro, uma senhora se aproximou da mesa dos abadás, onde estávamos com Beatriz e Caynara, e logo foi identificada como sendo a pessoa de uma história que elas haviam nos contado dias atrás. História essa, confirmada pela senhora ao falar da pequena imagem de Iemanjá que tinha em casa e das bênçãos recebidas. Sobre essa senhora, Beatriz relatou em outra ocasião que

---

[265] Depoimento de Guaracy Coutinho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 25 mar. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[266] Depoimento de Hélio Sillman, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

> Uma mulher chegou perto de Iemanjá e começou a chorar, mas ela chorava assim de soluçar e aquilo me deixou agoniada, que eu fui até ela e perguntei se podia ajudá-la. Ela tinha acabado de ser assaltada, tinham invadido a casa dela, tinham matado todos os cachorrinhos dela e ela conseguiu se salvar. Então ela veio aqui para pedir a Iemanjá que a ajudasse e nós confortamos ela e abraçamos ela. Ela disse que queria tanto uma imagem de Iemanjá. Eu fui na loja e comprei uma imagem e dei pra ela levar pra casa. São essas pequenas demonstrações que fazem a gente gostar de ficar aqui sentada e apreciar isso tudo. Aqui a gente aprende a ser gente (informação verbal).[267]

O número de histórias que Beatriz e Caynara têm para contar são muitas, pois é o sexto ano consecutivo que trabalham na Festa de Iemanjá.

Neste contexto, em um outro dia, um menino de mais ou menos dez anos, aproximou-se da mesa e fez algumas perguntas sobre os pedidos para Iemanjá. Em outro momento, o mesmo menino perguntou se tínhamos uma caneta, indagou sobre o tamanho das camisas e por fim questionou se poderia ir sozinho à festa. A animação e a curiosidade dele eram enormes, o que fez Beatriz lembrar-se de outra história ocorrida em 2001:

> Teve uma cena há três anos atrás de uma criança que veio com uma latinha e nessa latinha ele colocou todas as moedinhas que ele tinha juntado durante o ano todo. Ele veio fazer um pedido para Iemanjá que era pra que ele pudesse ser um homem de bem. E ele juntou vendendo as coisinhas no sinal. Ele juntou aquele dinheirinho e trouxe pra Iemanjá. Isso a gente não esquece nunca mais. Porque a voz da criança, a emoção que ela nos causou foi tão sincera que a gente pegou uma camisa e deu pra ele. Ele falou que queria tanto ir um dia à festa. A gente perguntou: sua mãe vai deixar? Não sei. Mas de qualquer forma você leva a camisa. Que bom que a fé ainda existe (informação verbal).[268]

Beatriz nos disse que se empolga com a devoção, que é inexplicável, mas vale estar ao lado da imagem e presenciar as cenas protagonizadas pelos devotos. “Iemanjá agracia realmente as pessoas” (informação verbal)[269]. Mas é preciso explicar que não presenciamos somente pessoas curiosas, agradecidas e com fé em Iemanjá, algumas outras situações também foram significativas, como a de algumas mulheres que passavam a uma certa distância da imagem e se benziam e pronunciavam palavras de repudio. Outras pessoas, quando viam a entrada principal ocupada pelos *filhos de santo*, imediatamente voltavam e entravam do outro lado da porta, proferindo reclamações.

---

[267] Depoimento de Beatriz Nascimento, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[268] Idem. 17 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[269] Ibid.

Apesar desses casos, outro entrevistado, Allan Filho, se mostrou confiante em relação ao convívio na festa. Ele nos disse que

> O grande lance do dia é que aqui nós temos católicos, entendeu? E vou lhe contar uma coisinha tem até evangélicos que passam aqui para tomar um "axézinho" aqui [risos]. Isso é Brasil isso que é legal sabe. Entendeu? Cumprimentam a gente falam conosco né. Todos nós de religiões estamos nos aproximando muito. Só a força divina pode fazer isso aproximar as pessoas (informação verbal).[270]

A partir dessa fala e de outros diálogos empreendidos no Mercadão durante os anos de 2013 e 2014, foi possível pensar a festa em relação à dinâmica do comércio e à realidade concreta da convivência social que se dá no espaço do mercado. Ficou visível para nós que as trocas e aprendizados nesse contexto se dão em um constante processo de readaptação social e as formas de se comportar neste ambiente são validadas no coletivo, ou seja ali se constrói um conhecimento coletivo organizador e mediador das diferenças.

Todo esse contexto nos leva a algumas perguntas. Qual o significado dessa festa para os diversos grupos sociais envolvidos? Que grupos são esses? Como se apropriam do espaço? O que eles possuem em comum? Para começar a pensar sobre estas questões e outras que entrecruzam as discussões precisamos ficar atentos às práticas e as maneiras de ler o mundo de tais grupos.

A festa, para além das suas funções, permite que os grupos sociais responsáveis pelos seus preparativos representem seu poder financeiro, político, religioso ou de outra ordem através da ligação íntima entre este poder e a imagem da festa. Mary Del Priore afirma que: "A festa possibilita ao grupo social o confronto de prestígio e rivalidades, a exaltação de posições e valores, de prestígios e poderes" (2000, p. 37). Mas a festa também possui no que se refere aos grupos sociais e à imagem da festa, uma tendência a camuflar atritos, amenizar conflitos, idealizar o vivido, como se houvesse uma ordem sem rupturas. Estas tendências vão em contramão ao que as festas historicamente incentivam, ou seja, a transgressão de padrões de comportamento e rupturas de regras.

Observamos uma diferença significativa entre as festas realizadas nos *terreiros* e a festa de Iemanjá do Mercadão, pois as festas internas das *Casas de Santo* apresentam-se em rigidez aos preceitos religiosos e aos ritos, reduzem-se ao

[270] Allan Filho é professor de dança, *filho de santo* e colabora com a organização da festa. Depoimento de Allan Filho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

mínimo à quebra das regras e à transgressão de padrões. Já na festa de Iemanjá vivenciada no Mercadão fica visível os atritos internos, próprios de eventos desse porte e das relações entre grupos. Porém no que tange ao momento da prática ritual religiosa no interior do Mercado, no dia da festa de Iemanjá não observamos conflitos, posto que a ordem ritual se sobrepõe a qualquer questão.

Vale acrescentar que, segundo percebemos, cada grupo envolvido no fazer da festa é afetado por ela de formas e intensidades diferenciadas. É um misto de solidariedade, competição, manifestação de poder e religiosidade. Sendo assim, no esforço de organizar o raciocínio, destacamos sete grupos sociais envolvidos na festa de Iemanjá: os comerciantes das Casas de Umbanda e demais lojistas, os administradores do condomínio, os fiéis das religiões afro-brasileiras, os clientes do Mercadão, políticos, a imprensa e os pesquisadores.

Os dois principais organizadores da festa, Hélio e Guaracy fazem parte do grupo de comerciantes do Mercadão. Eles são proprietários de lojas que vendem artigos para as religiões afro-brasileiras, as chamadas Casas de Umbanda. Eles não se declararam umbandistas, mas têm fé nos orixás, fé em Iemanjá. Em momentos diferentes, tanto um quanto o outro, disseram da importância da festa para o Mercadão no que se refere ao valor cultural, ao que a festa agrega ao Mercadão e a necessidade de valorização das religiões afro-brasileiras. Eles ressaltaram o movimento intensificado do comércio durante o processo de construção do evento e no dia da festa propriamente dita. Citaram a visibilidade que a festa ganha no cenário do estado do Rio de Janeiro e no marketing espontâneo que esse movimento gera para o Mercadão. No entanto, eles não pontuaram só o ganho positivo que a festa de Iemanjá produz. Deixaram à mostra também os pontos frágeis do evento. Assim, ficou visível em diversos momentos das entrevistas o atrito gerado no processo de produção da festa.

Observamos que os dois se sentem de certa forma desprestigiados em diferentes aspectos. Eles reconheceram a dificuldade que se tem para angariar fundos em um condomínio, no entanto, criticaram a administração do Mercadão ao verbalizar que eles poderiam contribuir mais, inclusive em outros eventos correlacionados. A de se observar que a administração do condomínio do Mercado autoriza a realização da festa de Iemanjá, o que eles aplaudem, contudo, a contribuição feita se dá com uma verba pequena. Guaracy declarou que o

Mercadão, por uma questão de poucos recursos para investir em patrocínios, não apoia as pessoas que procuram o condomínio em busca de apoio financeiro.

> O Mercadão é um condomínio, é partição de despesas, então o Mercadão não tem dinheiro sobrando (...) não tem dinheiro para investir em publicidade, essas coisas, até tem uma verba de publicidade que nós tentamos tirar alguma coisa dessa verba para nossa festa. Mas esta verba aparentemente, o Horácio e a Sheila devem ter dito alguma coisa, ou eles sabem, não tem verba para investir em outros eventos do meio [povo de santo], que eles procuram muito o Mercadão (...) mas podia ajudar um pouquinho mais (...) porque o foco principal no Rio de Janeiro no Mercadão além do preço baixo que o povo procura é a parte religiosa (informação verbal)[271].

Assim, se configura um dos atritos na relação entre a administração do condomínio e os lojistas organizadores da Festa de Iemanjá. De acordo com um de nossos entrevistados, o Sr. Ronaldo Martins (informação verbal)[272], o grande embate entre os dirigentes do Mercadão e os lojistas que gerenciam a festa, está na concepção diferenciada que cada um constrói tanto a nível interno quanto externo sobre que imagem do Mercadão de Madureira que eles querem ver projetada no cenário da cidade do Rio de Janeiro. Isso nos remete a seguinte pergunta: a imagem que querem projetar do Mercadão seria de um mercado popular, patrimônio cultural ou a de um mercado popular e religioso?

Inferimos pelas entrevistas e pelas conversas informais que para os administradores do condomínio, o Mercadão é um mercado popular, patrimônio cultural, organizado no formato condomínio e a festa de Iemanjá é uma das manifestações culturais do espaço. Já para os comerciantes organizadores da Festa de Iemanjá, a potência do Mercado está no âmbito cultural e religioso. Para eles, o fator mais importante da festa de Iemanjá está no fato de ela acontecer em um espaço cultural, popular e ser uma festa religiosa afro-brasileira em diálogo com o perfil religioso já reconhecido do Mercadão. A incompatibilidade nas falas desses dois grupos ficou transparente nas entrevistas, mas, ao mesmo tempo, o jogo político ancorado em um discurso organizado em prol da ideia da festa como cultura também ficou claro.

Horácio e Sheila, os responsáveis pelo marketing do Mercadão, durante uma das entrevistas, se referiram à festa como um momento de agradecimento pelo ano

[271] Depoimento de Guaracy Coutinho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 mar. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[272] Depoimento de Ronaldo Luiz Martins, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 15 abr. 2015. Gravação sonora [Transcrição nossa].

que passou, pela sobrevivência do Mercado, mas rapidamente mudaram a direção da conversa para a importância dos clientes, afirmando que “todas as ações do Mercadão são voltadas para o cliente, inclusive a Festa de Iemanjá (informação verbal)[273].

Para investigar sobre essa e outras indagações, entrevistamos José Carlos Joaquim (informação verbal)[274], prestador de serviços que cuida da comunicação, do marketing e da imagem do Mercadão. Quando lhe solicitamos uma entrevista e explicitamos a direção das nossa discussões e pesquisas, imediatamente, ele se posicionou na defensiva. Foi preciso explicar que não víamos o Mercadão por um viés exótico por conta das questões religiosas, que conversaríamos do Mercado como um todo. Só assim ele se dispôs ao diálogo. Vale ressaltar que a conversa acabou por se configurar em um tempo longo e produtivo, no qual pudemos entender a resistência inicial dele em relação a entrevista, afinal ele desconhecia o encaminhamento da nossa pesquisa. José é contra a valorização do comércio religioso do Mercadão por um viés exótico, que desvalorizaria o comércio e a cultura do Mercado.

José C. Joaquim nos disse que a festa traz uma mídia espontânea. Quando as televisões do Brasil e do exterior começaram a filmar a Festa de Iemanjá (informação verbal)[275] os administradores perceberam que valia a pena investir em cultura. Segundo ele, até então a noção da importância da História do Mercadão em uma visão sociocultural era uma novidade, bem como a importância do Mercado para o subúrbio, para a cidade do Rio de Janeiro e para formação da alma carioca. Ainda disse que os comerciantes relutaram em investir nesse aspecto, pois achavam que investir na cultura era perda de dinheiro (informação verbal).[276] Quando perguntamos sobre a ideia do Mercado enquanto referência das religiões afro-brasileiras, ele declarou:

> É indiscutível. (...) a pessoa mais forte de artigos religiosos do Brasil é o Helton, do Mundo dos Orixás, ele vende para o Brasil todo e para fora também. (...). Todo mundo que é ligado as religiões afro tem o Mercadão

[273] Depoimentos de Horácio Afonso e Sheila F. G. Reis, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 08 abr. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[274] Depoimento de José Carlos Joaquim, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[275] Essa projeção na mídia televisiva começou na segunda edição da festa (2004) e foi ganhando força ao longo dos anos. Depoimento de José Carlos Joaquim, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[276] Ibid.

> como referência né, mas acho também uma visão restrita; o Mercadão é muito grande, isso é só um pedacinho e como o Mercadão tem essa questão de ser mutante e está sempre se atualizando, acho que é o que faz ele sobreviver. É dinâmico, não é como um shopping. (informação verbal)[277].

Percebemos nessa e em outras falas de José Joaquim, a Festa de Iemanjá é compreendida como uma festa cultural e sua importância enquanto marketing espontâneo não é descartada, mas a imagem do Mercadão não deve ser associada somente à festa e às lojas de artigos religiosos afro-brasileiros. Ele completa que o Mercadão tem uma história de 50/100 anos de memórias e o viés religioso é apenas uma parte dela (informação verbal).[278] Essa colocação é uma fala comum do grupo que compõe o marketing interno e externo do Mercadão.

Em relação às posições dos dois principais gestores da festa de Iemanjá, parece-nos que entre eles existe um certo descompasso nos discursos. Guaracy Coutinho fez questão de dizer que a festa está ligada à imagem de um Mercadão das lojas de artigos religiosos, ponto de encontro dos fiéis das religiões afro-brasileiras. Em relação à administração do condomínio, representados por Horácio e Sheila, ele nos disse:

> (...) a administração nunca teve essa visão, a Festa de Iemanjá que é o único grande evento que tem no Mercadão em relação a isso (...) nunca deu realmente essa importância a afro religiosidade latente, essa força que existe aqui dentro a parte da cultura afro (informação verbal).[279]

Apesar de comentar do cultural, Guaracy durante toda entrevista associou a festa de Iemanjá à religião e não à ideia de uma festa cultural. Já o seu parceiro de organização do evento, Hélio Sillman, nos disse repetidas vezes que a festa de Iemanjá é cultural, falou das dificuldades geradas no diálogo com as representações políticas do Município e do Estado, por conta de a festa ser associada a um grupo religioso específico. Sendo assim, inferimos que vender a ideia de uma festa de ênfase cultural é menos conflitante do que a de uma festa religiosa.

> Eu trato a festa como cultural. A cultura é muito importante pra gente dá continuidade. A religião pesa. Por isso que a gente não tem o apoio necessário que deveria de ter dos políticos, prefeitura seja de onde for. A política que existe aí de transformar essa festa em religião. Não. É cultural sempre falo isso e tento frisar isso. O povo que estabeleceu essa festa eu só organizo. O povo quer o povo faz. E assim que tem que ser. Por ser

[277] Depoimento de José Carlos Joaquim, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[278] Ibid.
[279] Depoimento de Guaracy Coutinho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 mar. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

> cultural teria que ter mais apoio da Prefeitura, do Governo do Estado, do Governo Federal, política que visse mais isso (informação verbal).[280]

Neste contexto entendemos que a Festa de Iemanjá se traduz em muitas perspectivas. É uma festa religiosa com práticas rituais, simbologias, músicas, oferendas e danças próprias das religiões afro-brasileiras de onde a festa é originária. Mas também é uma festa cultural enquanto manifestação da expressão cultural do povo brasileiro. Para além de ser festa religiosa e/ou cultural, de acordo com a leitura de cada grupo social envolvido, a dado momento percebemos a festa de Iemanjá por uma perspectiva dicotômica. Por um lado, como bem cultural e, patrimônio coletivo de valor simbólico insubstituível para os fiéis das religiões afro-brasileiras. Por outro, transformada em produto cultural voltada para o consumo de massa e entretenimento, com valor de mercado onde deixa-se de pertencer exclusivamente aos seus atores principais e a seus idealizadores, distanciando-se de sua concepção simbólica original.[281]

Assim, parece-nos evidente que essas discordâncias entre os organizadores da festa de Iemanjá e os dirigentes do Mercadão não têm outra justifica que não seja o vínculo da imagem do Mercadão com a festa, que, para o primeiro grupo transita entre os aspectos religioso e cultural e, para o segundo grupo, é muito mais interessante vê-la em termos comerciais e sociopolíticos, e vender a ideia de festa cultural em um espaço cultural, ou seja, o Mercadão enquanto patrimônio cultural da cidade do Rio de Janeiro. Mas no caso, da festa de Iemanjá, seria possível descolar o religioso do cultural? Acreditamos que não, pois os marcos simbólicos desta celebração, enquanto festa para o orixá, perpassam o espaço-tempo do Mercado.

A despeito da tentativa de desenvolver discussões mais elaboradas, o fato é que observamos que no site oficial do Mercadão, na parte das fotografias de eventos importantes do Mercado, só temos acesso a imagens da Festa de Iemanjá até o ano de 2012. Já no faceboock, na página criada por Guaracy, um dos lojistas organizadores da festa, as fotografias são inúmeras e de diversas origens, desde imagens produzidas pelo fotógrafo oficial da festa até aquelas oriundas de simpatizantes.[282] Soma-se a isso o fato de que os dirigentes do marketing não foram

---

[280] Depoimento de Hélio Sillman, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[281] Ver SIQUEIRA (2013, p. 121) e COELHO NETTO (1997)

[282] Nos registros fotográficos disponíveis no faceboock já constam fotos da festa de 2015, sem contar as muitas fotos dos anos anteriores.

vistos por nós na festa de 2014, e nem registrados em fotografias do evento, o que parece pontuar os atritos aparentemente velados no que tange à festa. Mesmo assim é difícil fazer observações mais contundentes e nos resta apenas pontuar esses aspectos de nossa etnografia histórica. Esses dados são apenas observações passíveis de mais de uma leitura e carentes de uma maior fundamentação. No entanto, acreditamos que indicam a existência de um conflito, sobretudo porque temos a informação que nas últimas eleições para síndico, os lojistas organizadores da festa retiraram seu apoio ao síndico que foi reeleito.

Os outros comerciantes, com raras exceções, não se envolveram efetivamente na preparação da festa. Guaracy, em dois momentos diferentes, nos disse que só 15 ou 16 comerciantes do Mercadão contribuíram para a festa de 2014. Ele colocou que a contribuição foi em cota única, no valor de R$300,00 (trezentos reais) e mesmo com esse pequeno valor por ano, a adesão dos lojistas foi de pequeno porte. Guaracy afirmou que os comerciantes não percebem o marketing espontâneo que a festa gera e como o povo, os clientes, ficam felizes (informação verbal)[283].

Sobre os lojistas, fizemos um levantamento em jornais de época[284] a respeito da participação efetiva deles nas festas de Iemanjá, e cruzamos esses dados com as informações oferecidas nas entrevistas. Com isso obtivemos os seguintes resultados: 30 foram os lojistas que se envolveram com a festa em 2006, em 2007 foram 35, e em 2008 foram 25. De 2009 a 2012 não obtivemos informações. Em 2013, cerca de 20 lojistas aderiram à festa. Já em 2014, segundo um dos organizadores (informação verbal),[285] foram 16 comerciantes que contribuíram com a festa de Iemanjá, sendo que, efetivamente, a maioria dos lojistas das Casas de Umbanda participaram somente com a confecção dos barcos de oferendas que saíram da porta de suas lojas no dia 29 de dezembro. Concluímos que, pelo número de lojas do Mercado ligadas ao comércio de artigos religiosos, a participação dos lojistas foi inexpressiva. No entanto, em 2014, era visível a maior movimentação do comércio e o aumento no volume de vendas, o que consequentemente produz maior lucro.

---

[283] Depoimento de Guaracy Coutinho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 12 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[284] Jornais O Globo e Jornal do Brasil

[285] Id. (25 mar. e 29 dez. 2014)

Vale observar, que tanto o comerciante Guaracy, quanto o memorialista Ronaldo Martins e o responsável pela comunicação do Mercadão, José C. Joaquim comentaram sobre a chamada “venda casada” que acontece frequentemente no Mercadão.

> O foco principal no Rio de Janeiro, além do preço baixo que o pessoal procura e tudo, é a parte religiosa. O nosso povo vem aqui, por exemplo o povo religioso vem aqui pra nossas lojas e compra nas outras lojas todas. É uma rede [,,,] o povo que vem muito pra cá, pra nossas lojas compra tudo, compra descartáveis, compra frios. É uma força muito grande esse povo nosso de matriz africana (informação verbal)[286].

O Sr. Ronaldo acrescentou que o inverso não acontece, pois quem vem comprar descartáveis não compra nas Casas de Umbanda e repete que a força do Mercadão é a parte religiosa (informação verbal)[287]. Sendo assim, porque os comerciantes não se envolvem? Podemos pensar em alguns motivos, no entanto, sem uma comprovação efetiva, eles são mais como indagações próprias da pesquisa e não têm uma resposta de fato.

Talvez possamos atribuir o distanciamento dos comerciantes ao fato de serem organizados em um modelo de condomínio, o que como já foi dito, tem problemas de verba. Uma outra opção seria a visão que muitos têm da festa enquanto festa religiosa de um grupo específico, no caso os fiéis das *Casas de Santo.* Sendo assim, não compreendem a festa como uma oportunidade de bons negócios. Uma terceira possibilidade seria a desunião dos lojistas. E por último, o fato de que por anos consecutivos, mais de uma década, a Festa de Iemanjá tem acontecido a despeito da pouca participação dos comerciantes, que lucram com o movimento do Mercado independente de sua participação. Isso nos leva a pensar de quem é a festa e para quem é a festa.

Decerto todos os comerciantes do Mercadão, de qualquer tipo de comércio (papelaria, alimentos, artigos religiosos, produtos para festas e outros), são senhores do espaço ocupado pelas suas lojas e juntamente com seus clientes utilizam as galerias do Mercadão como se fossem vias públicas movimentadas. Este pensamento por si só já é um paradoxo, pois o Mercadão enquanto comércio é um espaço privado, com regras e normas próprias, no entanto, cotidianamente vivenciado enquanto espaço público.

---

[286] Depoimento de Ronaldo Luiz Martins, , concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 25 mar. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[287] Ibid.

Acrescentamos que durante a festa de Iemanjá fica nítido essa dualidade privado/público, pois é uma festa do Mercadão, espaço privado, que lida com demandas ligadas às regras do condomínio que zela pelo nome e pela imagem do Mercadão de Madureira. Mas também é uma festa pública que leva a imagem do Mercado para além dos limites regionais, no qual se insere na cidade do Rio de Janeiro. É uma festa no interior do Mercado, mas é pública, dos *filhos de santo* e do povo em geral, que vai para calçada, que sai em carreata, que cruza as ruas do Rio de Janeiro e toma para si as areias da praia de Copacabana. De alguma forma, todos comerciantes, dirigentes e clientes estão envolvidos. A festa é de todos e essa afirmativa tem a concordância dos dirigentes do Mercado, responsáveis pelo marketing, Horácio e Sheila.

Vale aqui uma observação. O atual síndico, Antônio Rodrigues do Tanque Filho,[288] não foi entrevistado, pois não estava disponível e de acordo com várias pessoas, inclusive os responsáveis pelo marketing, é uma pessoa muito ocupada. O fato é que todas as minhas tentativas de o contatar foram abortadas por Horácio e Sheila que, em troca, se mostraram sempre dispostos a conversar. Tanto é, que tivemos além da entrevista gravada oportunidade de desenvolver conversas informais sobre o Mercadão.

Ronaldo Martins me relatou que em 2009, na época das comemorações dos 50 anos do Mercadão, durante todo processo de escrita do livro comemorativo de sua autoria, "Mercadão de Madureira: Caminhos de Comércio", só esteve pessoalmente com o síndico uma única vez. Todos os contatos posteriores foram via telefone, inclusive depois que Antônio Tanque leu a primeira versão do livro. Ronaldo também fez questão de frisar que o síndico realmente é a voz da administração do Mercadão e tem em Horácio e Sheila seus braços direitos, com atuação direta na administração (informação verbal).[289]

Ao direcionarmos o olhar para os fiéis das religiões afro-brasileiras na tentativa de dar conta das indagações sobre como estes veem o Mercadão no âmbito da Festa de Iemanjá, conversamos com a *Ialorixá* Mirian de Oyá, que desde

[288] Antônio Tanque filho já teve mais de um mandato como síndico. Começou em 1997- 1999, reassumiu em 2003 e permanece até os dias atuais. O síndico, mais conhecido como Toninho é proprietário de quatro lojas no Mercadão e dono de uma distribuidora de doces e biscoitos que abastece diversas lojas no Mercado e em toda região norte.

[289] Depoimento informal de Ronaldo Luiz Martins, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), mar. 2014 [Transcrição nossa].

2003 faz parte da organização espiritual da festa. Durante a entrevista, em um visível lamento, ela nos disse do afastamento do *povo do santo* das areias da praia quando da época de homenagear Iemanjá. Declarou que eles perderam o espaço para outras religiões, mas falou em resgate da religião no Mercadão de Madureira quando da Festa Iemanjá (informação verbal).[290]

> De uns anos para cá o Mercadão de Madureira resolveu nos presentear com isso, resgatando essa tradição religiosa da Umbanda e começamos a fazer de uma maneira muito tímida e a aí cresceu, tomou vulto e hoje está aí. (...) como religiosa a emoção é muito grande. É ver o resgate da minha tradição, é vê o resgate da minha religião (informação verbal)[291]

Na mesma entrevista ela se referiu ao Mercadão como o "nosso *point",* onde se pode encontrar muitos zeladores e *filhos de santo,* e afirmou que nas muitas lojas do Mercado predomina o povo do orixá. No depoimento de Mãe Mirian de Oyá o Mercadão apareceu como o lugar que oportuniza o resgate de uma tradição religiosa da Umbanda. Ela disse: "Minha *Casa* é em Ramos, é uma *Casa* de Candomblé, mas eu mantenho a tradição da Umbanda porque o meu início foi dentro da Umbanda[292]. Então eu procuro manter isso tudo" (informação verbal)[293]. Ela exemplificou que na festa de Iemanjá a tradição umbandista aparece de várias formas:

> O povo brasileiro é muito religioso, então você vê não só umbandista. Mas você vê que ficou uma tradição, pois povos de outras religiões tem aquela tradição de dar sete pulinhos, nove pulinhos, joga moeda, joga arroz, não sabe nem porque, mas é pedindo por um ano melhor, [...] não só pela sua família, por si próprio, mas pelo mundo [...] Iemanjá representa isso, Iemanjá representa a família. Iemanjá é o orixá que preserva a família. (informação verbal)[294]

No Mercadão de Madureira candomblecistas e umbandistas estão unidos no resgate da tradição de homenagear Iemanjá. Celebrar o orixá no dia 31 de dezembro, sempre foi uma prática da Umbanda, a qual foi "banida" das areias das praias do Rio de Janeiro, principalmente de Copacabana, em prol dos shows pirotécnicos e apresentações musicais, evento organizado pelo poder público com

---

[290] A Yalorixá Mirian de Oyá é zeladora de uma Casa de Candomblé em Ramos. Faz parte da organização religiosa da Festa de Iemanjá desde a primeira, em 2003. Depoimento da *Ialorixá* Mirian de Oyá, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[291] Ibid.

[292] Vale observar que existe uma grande mobilidade entre os adeptos das religiões afro-brasileiras, tanto migrando do Candomblé para Umbanda ou vice-versa, como também dentro dos vários tipos de Umbanda e de Candomblé existentes no território nacional. Depoimento da *Ialorixá* Mirian de Oyá, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

[293] Ibid.

[294] Ibid.

cunho turístico (LOPES, 2012. p. 180). Apesar da união pela festa, os líderes religiosos nos disseram ansiarem por mais união dos *filhos de santo* nos momentos festivos e fora dele. Assim, a Festa de Iemanjá do Mercadão no dia 29 de dezembro oportuniza a preservação dessa tradição e a busca de uma maior união dos fiéis das religiões afro-brasileiras.

Outro membro da parte espiritual da festa, o Babalorixá Pai Renato de Obaluaê, ao falar da importância da Festa de Iemanjá para o cenário religioso explicar que:

> É muito importante. Muito, muito! Não só para o cenário religioso, como cultural. O Mercadão de Madureira é uma tradição e nessa tradição; aqui acopla-se muitas lojas de artigos religiosos. É uma troca, o Mercadão mostrando para o mundo, para o Rio de Janeiro o quanto é importante esta Festa de Iemanjá (informação verbal).[295]

Vale colocar que quando Pai Renato nos disse que o Mercadão é uma tradição e o mercado religioso afro faz parte dessa tradição, ele logo em seguida falou: " É uma troca, o Mercadão mostrando para o mundo, para o Rio de Janeiro o quanto é importante esta Festa de Iemanjá" (informação verbal).[296] Daí inferimos que, segundo ele, entre o Mercadão e os *filhos de santo* há um relacionamento de mão dupla, um comprometimento de ambas as partes, em prol da manutenção das duas perspectivas, a comercial e a religiosa. Desta forma, pensar a festa de Iemanjá no âmbito do cultural, como ponto de interseção das relações, funciona como uma forma de resolver possíveis conflitos de interesse.

Outros depoimentos parecem reafirmar essa relação de troca. O *ogã-de-atabaque* Genário de Xangô, do Grupo Cultural João atabaque, que sempre participa da festa no toque do tambor, disse fazer parte do "grupo maravilhoso do Mercadão" e completou que vem a festa com fé e amor: "acho que na verdade é aqui que começa toda energia né (...) (informação verbal)[297]. É aqui que começa toda energia e preparação para gente emanar lá pra praia. E eu agradeço o carinho" (informação verbal).[298] José Carlos de Oxóssi, que desde 2003 participa da festa no Mercadão e colabora com a organização, comentou que a "Festa de Iemanjá é uma

---

[295] Depoimento do *Babalorixá* Pai Renato de Obaluaê, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[296] Ibid.
[297] Depoimento de Genário de Xangô, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[298] Ibid.

homenagem que a gente fez a essa santa"(informação verbal),[299] e quando perguntado sobre o Mercadão disse que é um lugar é muito importante, sendo "Tudo que a gente precisa para praticar nosso culto encontramos no Mercadão" (informação verbal)[300]

Caynara Coelho, umbandista, ao se referir à festa e ao fato de trabalhar no Mercadão durante todo mês de dezembro em prol do sucesso das comemorações e homenagens, declarou que "é um momento religioso, não é só um trabalho é a parte religiosa atuando. É a fé o carinho pela minha religião" (informação verbal)[301]. Em relação a Iemanjá ela completou: "ela traz equilíbrio, então as pessoas a amam muito. É amor mesmo. É amor e fé" (informação verbal).[302]

Apesar de muitos comentários sobre fé, parcerias e agradecimentos, também encontramos nos mesmos entrevistados lamentos pela falta de apoio de uma maneira geral. Beatriz Nascimento, trabalha muito em prol da festa e expressa sua tristeza quando disse:

> O que a gente precisava mesmo era de mais apoio, isso falta bastante né. Mas o público colabora demais, o público faz cada dia a gente aumentar mais a quantidade de pessoas que vão à praia de Copacabana para homenagear Iemanjá (informação verbal).[303]

Dona Neide, cliente do mercadão que se envaidece de ter comparecido a todas as edições da festa, disse que tem todas as camisas da festa, mas que no ano de 2014 não iria a Copacabana, pois o ano passado teve problemas no ônibus. Ela achou que tinha muita gente, poucos ônibus. Quebrou os óculos na confusão e apesar de perceber diferenças positivas na organização no ano de 2014, ainda achava dez ônibus uma quantidade insuficiente. Ela nos disse que não iria à praia, mas que: "falei com ela [Iemanjá] o ano passado já dos meus pedidos. Eu sou meia, desculpe, meia estranha [...] Já falei com ela eu não vou" (informação verbal).[304] Ela ainda completou que não era por causa do preço de R$ 20,00 (vinte reais) do abadá, o qual ela não adquiriu, que não iria à praia, mas sim pela confusão do ano anterior.

---

[299] Depoimento de José Carlos de Oxóssi, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[300] Ibid.
[301] Depoimento de Caynara Coelho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 12 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].
[302] Ibid.
[303] Depoimento de Beatriz Nascimento, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].
[304] Depoimento de Neide, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].

Já Solange, outra cliente, foi mais específica:

> O Hélio que foi uma pessoa que começou a ter essa ideia de fazer a festa, ele hoje está com muita dificuldade de fazer porque ele não está tendo apoio, realmente ele não está tendo apoio. Esta festa não é sua é dela e ela arruma pra você e hora, foi em cima da hora, entendeu? Mas já teve várias outras festas que ele ficou mais tranquilo, pois teve apoio de várias pessoas em relação a ônibus, em relação as camisas etc. (informação verbal).[305]

Neste contexto, observamos nessas e em outras conversas uma grande alegria pela realização da festa, mas ao mesmo tempo, na mesma proporção, há um desejo de que a festa tivesse uma dimensão maior, o que até o momento não foi possível pela falta de um apoio financeiro mais regular. Identificamos também como uma fragilidade da festa a falta de uma união maior das lideranças religiosas em prol da celebração. Desunião essa que não tem origem na festa. Faz parte do cotidiano dos *filhos de santo* se unirem em volta do seu *terreiro*, o que resulta em um certo isolamento em relação as demais *Casas de Santo.* Caynara de forma emocionada nos disse: "Na verdade o que eu gostaria de dizer; que o povo da nossa religião fosse mais unido. Que ainda é muito fraca essa parte de união, é muito fraca. Mas quem sabe a gente consegue. Esse vai ser o grande pedido do ano: união" (informação verbal).[306] Vale observar que muitas lideranças religiosas estão unidas na luta contra o preconceito religioso e racial, bem como articuladas na busca de fazer valer direitos cidadãos dos quais a população afro-brasileira foi privada por séculos no Brasil.

Sendo assim, Hélio e Guaracy, apesar da pequena verba oriunda do Mercadão, desdobraram-se na busca de apoio e de patrocínio. Eles precisavam de ônibus para levar as pessoas para Copacabana e do caminhão para levar a imagem de Iemanjá e as oferendas em carreata. Além disso, eles ainda necessitavam montar a estrutura na praia, o que envolve alugar tentas, som, comprar água para distribuir aos participantes, comprar fogos de artifício, contratar os músicos e confeccionar os abadás. A lista de atividades só aumentava e com ela os gastos.

Os dois organizadores só conseguiram confirmar nos últimos dias do mês de novembro que a festa de 2014 realmente ocorreria, mas deixaram claro que a verba foi muito fraca, o que se refletiu em vários pontos da festa, por exemplo no número

---

[305] Depoimento de Solange, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].

[306] Depoimento de Caynara Coelho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação sonora [Transcrição nossa].

reduzido de ônibus e na estrutura de som na praia que deixou a desejar. Com relação aos ônibus, em 2008 eles contaram com 40 veículos e em 2014, com apenas 10 coletivos.

Muitos clientes do Mercadão nem imaginam os problemas de logística da festa. Para eles é um dia comemoração. A moradora do Complexo do Alemão Lúcia de Oliveira é um exemplo. Ela nos disse que era a quinta vez que ela participava da festa e que iria até Copacabana, inclusive ressaltou toda sua animação ao dizer que já havia colocado os pedidos no barco. Disse-nos que era cliente de muitos anos: "Eu tô sempre no Mercadão comprando coisa de velas, de como é que se diz; defumador, sal grosso, sempre tô aqui" (informação verbal).[307] Ela vestia o abadá de 2012 e quando observamos e indagamos, ela nos disse que iria sozinha de ônibus para Copacabana, por conta do calor, ou seja, não comprou o abadá do ano que lhe daria o direito de ir de ônibus em carreata. O que nos ficou claro, no contexto da conversa, foi que ela se considerava íntima do Mercado e participar da festa de Iemanjá fazia parte dessa convivência.

A questão do apoio financeiro gera atritos entre vários grupos. Quando indagamos aos organizadores da festa sobre a participação dos Governos Estadual e Municipal no evento, eu obtive as seguintes falas de Guaracy e Hélio:

> O poder público que eventualmente também [ele se refere a apoio, verba] é muito complicado também o poder público porque depende muito de apoio político. É isso e nós temos tido provas concretas disso. A bancada evangélica ela é muito forte tanto no Município no Estado, eles se organizam muito bem e através dessa bancada eles conseguem verbas enormes para festas deles, aja vista nos últimos anos foram conseguidas, o Município deu verbas enormes dizem cerca de dois milhões de reais [...] eles sabem agir politicamente. [...]. Então a bancada nossa bancada da Umbanda e do Candomblé não existe praticamente, então nós por exemplo, temos uma verba muito pequena pra festa de Iemanjá (Guaracy Coutinho – informação verbal).[308]

Guaracy completou que conseguiram uma pequena verba do município no ano de 2004, e esse valor não teve nenhum aumento até os dias de hoje. Hélio foi mais incisivo em suas observações, ao dizer que não há uma consciência por parte das bancadas políticas sobre a importância da festa de Iemanjá enquanto cultura de um povo. Comentou que tanto o Guaracy quanto ele não são fiéis das religiões afro-brasileiras, são comerciantes do Mercado, então ele não entendia porque os

[307] Depoimento de Lúcia Oliveira, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].

[308] Depoimento de Guaracy Coutinho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 25 mar. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].

políticos não tratavam a festa como cultural, já que ela se origina em um espaço que é patrimônio cultural.

Hélio disse que

> Existe um gráfico de crescimento da festa que não é proporcional ao crescimento do apoio dos políticos ou da própria população [...] a festa cresce de uma forma extraordinária e a outra [parte do apoio] cresce de uma forma decepcionante. [...] As pessoas de outra religião tem uma força contrária, além de não crescer [o apoio], puxam o tapete. Não existem políticos suficiente na Assembleia ou dentro de uma Câmara de Vereadores para impulsionar isso (informação verbal)[309]

Ele nos colocou que não mistura religião com política, mas por ele não ser da religião conseguia ter um olhar externo mais crítico e, que não tem dentro dos órgãos governamentais pessoas preparadas para lidar com eventos culturais no modelo da Festa de Iemanjá:

> A gente pode unir muita coisa ai, unir política, religião e capitalismo. Agora como eu falei a nossa parte financeira é muito fraca, muito ruim e a tendência, se continuar assim é de um laço arrebentar (informação verbal).[310]

Logo em seguida afirmou duas vezes de uma forma esperançosa que o laço não vai arrebentar. Conforme a conversa com Hélio continuava, outros detalhes foram sendo pontuados. O tempo todo ele falou do aspecto cultural e comentou que a festa de Iemanjá une os umbandistas e candomblecistas, mas que é uma festa do povo. Comentou um tanto indignado que apesar de já ter solicitado várias vezes junto à União que não cobrasse tarifa, no caso a cobrança de utilização da areia da praia no dia da festa, tarifa essa que tem o valor de R$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais) cobrados em seu nome /CPF, afirmou indignado que continua pagando. “Eu ligo pra União, fulano olha só é uma festa cultural sem fim lucrativos”(informação verbal)[311]. Ele ainda comentou sobre a grande diferença entre cobrar taxas da festa de Iemanjá que não tem fins lucrativos em comparação com cobranças dos shows pirotécnicos que tem muito apoio, como também dos shows de cantores que ganham uma fortuna para se exibirem nas areias da praia. Diz que se continuar assim só de levar um barquinho para praia as pessoas terão que pagar alguns

[309] Depoimento de Guaracy Coutinho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 25 mar. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].
[310] Ibid.
[311] Depoimento de Hélio Sillman, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 12 dez. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].

centavos, lembrou, por fim, que a praia é lugar de todos, do povo (informação verbal)[312].

A festa de Iemanjá assim como todas as festas religiosas, é também um fato político, pois dialoga no âmbito do poder, tanto no nível das instituições governamentais, como das empresariais e religiões[313]. Os dois organizadores apesar de pontuarem o tempo todo a falta de apoio, seja de políticos, empresários e até do Mercadão, colocam que a festa só acontece porque eles têm consentimento e apoio, mesmo que insuficiente dos dirigentes do Mercado.

É normal, em dias corriqueiros, ao andarmos pelo Mercadão esbarramos em uma câmera de televisão, em fotógrafos profissionais e amadores correndo para lá e para cá. Além disso, também é habitual encontrarmos andando por lá artistas de novela, jogadores famosos, cantores, políticos. Porém, quando se trata da festa de Iemanjá, as câmeras se multiplicam. São fotógrafos de revistas, pesquisadores, documentaristas, câmeras de canais de TV brasileiros e estrangeiros, entre outros. Toda essa movimentação parece-nos que cai naquilo que José Joaquim teme, a festa vista pelo exótico. No entanto, ao entrevistamos uma fotógrafa de nome Roberta Elias, que trabalhava exaustivamente no registro do momento, fomos surpreendidos com a sua resposta:

> Estou desenvolvendo um trabalho autoral que envolve religião, no caso religião afro-brasileira e então é um momento bonito de muita gente. Reunião de pessoas diferentes, classes diferentes que saem de Madureira, que depois se juntam na zona sul da cidade pra um evento ainda maior dentro de uma religião que muitas vezes é, como é que eu vou dizer, discriminadas pela religião, por ela, mas em um dia no ano as pessoas se juntam vão lá pular as 7 ondinhas e fazer suas oferendas e seus pedidos, então o interesse [rs], Eu acho incrível o Mercadão informação verbal)[314].

Interesses diversos colocam estes profissionais da comunicação no espaço do Mercadão, mas eles parecem se sentir muito à vontade junto ao ir e vir dos clientes e dos *filhos de santo* nesse dia de festa. Quando entrevistei Roberta Elias, nas proximidades estava Eunice, uma cliente, *filha de santo* que comentou comigo o quanto ela achou legal o interesse da fotógrafa. Com certeza as relações que se constroem no espaço do Mercado são muito mais inesperadas do que imaginamos,

---

[312] Ibid.

[313] Ver PRIORE (2000. p. 10)

[314] Depoimento de Roberta Elias, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 29 dez. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].

como as redes que construímos durante os anos de nossas pesquisas, as quais foram tão intensas quanto variadas.

Convivemos no limiar tênue de uma fronteira imaginária que solicita uma isenção emocional do pesquisador, não muito real, pois bem sabemos que a pesquisa se constrói em cima de preferências por esse ou aquele tema, em conflito com o ser humano que cria relações sociais muito pouco isentas de emoções. Mas assim como os profissionais da mídia, nós pesquisadores nos sentimos bem à vontade no convívio com as pessoas que circulam pelas galerias do Mercadão. Acreditamos que as relações sociais construídas em manifestações festivas como a festa de Iemanjá do Mercadão, possibilitam as mais diversas interações culturais, sem perda de uma identidade originária, mas com possibilidades de novas construções identitárias.

Assim, no dia 29 de dezembro, dia oficial da festa[315], chegamos ao Mercadão às 09 horas da manhã e observamos que a concentração de pessoas começou bem cedo. Chegaram os fiéis e os clientes, sendo muitos deles interessados em adquirir as camisas (abadás). Muita gente agitada e que, de forma frenética, colocava vários pedidos no barco. Muitos jornalistas e fotógrafos de várias emissoras, jornais, revistas, inclusive estrangeiras também estavam lá. Nesse dia a imagem de Iemanjá não se encontrava junto ao barco de oferendas. Ela foi retirada para ser colocada no caminhão que a levaria mais tarde em carreata pelas ruas da cidade até Copacabana.

Caminhamos pelo Mercado e observamos que na frente de cada casa de comércio religioso havia um ou mais barcos construídos com capricho e adornados com muitos enfeites para homenagear e pedir bênçãos a Iemanjá. Neles também eram depositados os pedidos e as oferendas dos clientes.

Com o passar das horas o Mercadão ficou mais colorido, pois chegaram os *babalorixás, Ialorixás*, os componentes do Afoxé Filhos de Gandhi e demais fiéis, com suas belas roupas de festa, com flores e atabaques. Em torno de meio-dia, o caminhão enfeitado que trazia a imagem de Iemanjá fixada no centro da carroceria estacionou em frente a porta principal do Mercado, na Avenida Edgard Homero. *Ogãs* de posicionaram ao lado do caminhão e tocaram seus atabaques, juntamente com fiéis e simpatizantes entoaram cânticos em homenagem a Iemanjá.

[315]O programa oficial da Festa de Iemanjá 2014 está disponível no anexo 3.

Paralelamente um sacerdote abençoava pessoas que se aproximavam da imagem trazendo oferendas, as quais eram colocadas no caminhão. No ritmo dos atabaques muitos dançaram e fizeram ofertas a Iemanjá até mais ou menos 14 horas.

A principal porta de acesso ao Mercadão ficou totalmente congestionada, pois os atabaques ocuparam a calçada e um bom número de fiéis dançavam e cantavam, sem contar os simpatizantes e curiosos que ficavam parados admirando o movimento, e de certa forma se integrando a festividade. Esta aglomeração de pessoas impedindo a entrada de clientes pela porta principal do Mercado foi um dos pontos de discordância entre os dirigentes do condomínio e os organizadores da festa, inclusive em edições anteriores, pois os representantes dos condôminos argumentavam que independente de terem fornecido a autorização para realização da Festa de Iemanjá no interior do Mercado, os organizadores precisavam compreender que por ali transitam um volume enorme de pessoas por dia, e que nem os comerciantes e clientes poderiam ser prejudicados nas suas relações de compra e venda por não conseguirem um acesso livre as lojas. Mesmo o Mercadão possuindo outras entradas, inclusive ao lado da principal, essa questão se mostra controversa.

Enquanto isso, no interior do Mercadão, os abadás ainda eram vendidos. Nesse mesmo local as lideranças religiosas, alguns *filhos de santo,* as pessoas que ajudaram no evento, os membros do Afoxé Filhos de Gandhi, a imprensa e nós pesquisadores recebemos pulseiras de identificação que davam direito a acesso à parte central da tenda principal erguida na praia de Copacabana, local este onde mais tarde a imagem de Iemanjá foi colocada para dar continuidade a festa.

Aproximadamente às 14 horas, os componentes do Afoxé Filhos de Gandhi, acompanhados pelos os *ogãs* e seus atabaques, juntamente com os *babalorixás* e *ialorixás* presentes e com demais participantes da festa, puxaram uma procissão animada com músicas religiosas pelos corredores do Mercadão. Essa caminhada teve como propósito abençoar as Casas de Umbanda locadas no Mercado e apanhar nessas lojas os já citados barcos ricamente decorados que ficavam ancorados nos estabelecimentos, geralmente na sua porta de entrada. Esse rito é envolvente e significativo no terreno da fé dos *filhos de santo.*

Após a bênção da loja, os Filhos de Gandhi e os *filhos de santo* pegaram os barcos, colocaram sobre suas cabeças e começaram um movimento de corpo, um bailado similar ao vai e vem das ondas do mar. Assim, os barcos um a um, se

integraram ao cortejo que findou em frente ao caminhão que continha a imagem de Iemanjá, onde todas as oferendas, inclusive os barcos, foram colocados.

Estava próxima a hora da carreata partir. Nesse momento, voltou-nos a memória a fala de Caynara sobre o momento de saída da carreata:

> É uma loucura, né! De chorar, dos arrepios, de você sentir a energia e a vibração, como se tivesse sendo abraçada por ela mesmo. É acho que é a sensação que todos sentem aqui. É se sentindo abraçada por Iemanjá. Parece que ela sai do mar e te abraça. Esta é a sensação: de um abraço (informação verbal).[316]

Às 15 horas começou a carreata até Copacabana. Um *filho de santo* anunciou a saída de Iemanjá, puxou cânticos e narrou a passagem de Iemanjá por diversos bairros cariocas. Na frente seguia um carro de som, do tipo trio elétrico que transportava sacerdotes umbandistas e candomblecistas. Logo depois do carro de som, vinha o caminhão com a imagem de Iemanjá que ao ser vista provocava as mais diversas manifestações. Algumas pessoas visivelmente faziam pedidos e outros simplesmente paravam para observar. Também compunha a comitiva carros diversos e os ônibus que foram disponibilizados para as pessoas que tinham abadá e haviam reservado com antecedência um lugar no coletivo. Ficamos sabendo que muitas pessoas não usaram os ônibus, pelos mais diversos motivos. Com o calor intenso alguns não queriam ficar presos a um horário específico e principalmente porque nesse ano o número de ônibus foi menor. Sendo assim, muitos optaram pelo trem e pelo metrô.

Vale observar que mesmo a carreata sendo autorizada pelo órgão público competente, seu trajeto precisou ser pensado de forma a não causar desconforto a instituições religiosas que de alguma forma se sentem agredidas pelas manifestações públicas próprias das religiões de matriz africana. Uma de minhas fontes orais nos relatou que a carreata tem que fazer uma volta grande durante seu trajeto para não passar em frente à Catedral Mundial da Fé – IURD, em Del Castilho, e assim evitar confrontos desnecessários em um momento de fé e alegria (informação verbal).[317]

No posto 4, nas areias da praia de Copacabana, estavam montadas algumas tendas, sendo que no centro de uma grande tenda havia um espaço cercado

[316] Depoimento de Caynara Coelho, concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 10 dez. 2014. Gravação Sonora [Transcrição nossa].
[317] A conversa foi informal e a pessoa prefere não ser identificada. Depoimento informal concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 11 mar. 2014.

reservado para a imagem de Iemanjá, suas oferendas, os atabaques, os líderes religiosos, alguns convidados e a imprensa. As demais pessoas que tinham adquirido o abadá ocuparam um espaço separado, cercado, em volta do nicho central com uma boa visão do rito que ali se desenrolou. Todos foram servidos de água mineral gelada, pois o dia teve temperaturas muito altas que causavam um grande desconforto, mas isto não se configurou, aparentemente, como um problema para pessoas. Os que não tinham abadá ocuparam as imediações em busca de uma brecha entre os muitos participantes para ver a imagem e de certa forma participar do ritual com oferendas entregues ali mesmo.

Uma de nossas fontes[318], que prefere não ser identificada, nos informou que algumas lideranças religiosas são contra a venda de abadás e a separação das pessoas pelas cercas no espaço da praia. Eles alegam que esse é um comportamento elitista. Afirmou que o espaço devia ser mais democrático. Em contraponto, outros alegam que o espaço precisa de um mínimo de organização para o que ritual aconteça e que sem a venda dos abadás os recursos financeiros que já eram escassos sofreriam uma queda importante.

A despeito dessa questão, quando a imagem chegou a praia muitas foram as manifestações de alegria e muitos foram os fogos de artifício. No entanto, houve um contratempo com a firma paulista contratada para organizar o momento praia. O som que permitiria que cantigas entoadas tivessem projeção no espaço durante a retirada da Imagem do caminhão não funcionou. O problema retardou muito a retirada de Iemanjá do veículo. Por fim, os organizadores da festa improvisaram. Os atabaques soaram e a imagem foi trazida ao centro da tenda. A animação foi grande. Os atabaques tocavam bem alto e a dança em volta de Iemanjá foi vibrante. Fazia um calor indescritível e a água distribuída a todos não dava conta de aliviar a sensação de um calor intenso, mas nada desanimava os presentes.

Os fotógrafos e, a imprensa, não paravam de fotografar, pareciam enlouquecidos, afinal, eram muitos movimentos a serem registrados.

Todas as oferendas que estavam no caminhão foram colocadas no chão junto a Iemanjá. Em outro momento ritual os vidros de perfume e os espumantes foram abertos e os seus conteúdos usados para lavar a imagem e as oferendas. Atualmente, vidros, garrafas, espelhos, não são lançadas ao mar, por isso, houve

[318] A conversa foi informal e a pessoa prefere não ser identificada. Depoimento informal concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 12 dez. 2014

uma adaptação no rito, sendo estes materiais recolhidos e retirados da praia. Este ato de consciência ambiental dos organizadores, dos religiosos é também uma exigência da direção do Mercadão, que pede esse comportamento em prol da sustentabilidade e responsabilidade ambiental. Vale lembrar que o Projeto Água Ecológica do Mercadão ganhou em 2009 o “Prêmio Mérito Ambiental” e que lá existem muitas ações internas em prol de uma consciência ambiental. Sendo assim, compreendemos como relevante a preocupação do condomínio do Mercado, já que suas ações e posturas apresentam à sociedade uma imagem de um Mercadão sustentável e consciente.

A noite se aproximava. Em torno de 19h e 30min, o mesmo tipo de cortejo que aconteceu nos corredores do Mercadão se repetiu na praia. Os fiéis colocaram os barcos sobre a cabeça, encheram suas mãos de flores, principalmente palmas, e saíram da tenda em direção ao mar por um caminho de velas cercado por muitas pessoas. Nesse momento, fogos de artifício explodiram no ar e os líderes religiosos soltaram pombas brancas. Ao chegarem próximos às águas, as oferendas foram lançadas ao mar levando os pedidos e as esperanças de muitos que depositaram em Iemanjá suas crenças, sua fé. O ritual se completou.

Não sabemos precisar quantas pessoas participaram do evento, mas a expectativa dos organizadores era grande. Alguns representantes de instituições que lutam pela valorização da cultura afro-brasileira estavam presentes, como os membros do Conselho *Griot* na figura de Pai Renato de Obaluaê e outros, também vi artistas e intelectuais. Vale registrar que a festa de Iemanjá é sempre concorrida, como, por exemplo, no ano de 2008 o Sr. Antonio Olinto, imortal da Academia Brasileira de Letras, marcou presença na festa.

Em uma análise comparativa entre as festas religiosas que acontecem nos barracões dos *terreiros* e a festa de Iemanjá do Mercadão poucas são as similitudes e grandes as diferenças. O que as aproxima é o espírito da celebração, a homenagem ao orixá e o fato de serem festas religiosas afro-brasileiras que representam uma parcela da sociedade que anseia pelo direito de se manifestar, de mostrar sua cultura e sua fé sem medos, sem receber em troca ações preconceituosas. No que se refere ao ritual, ambas as festas têm como princípio o respeito a natureza e a vida, e todos os seus movimentos são em prol do fortalecimento da força da vital, do *axé.*

Outro ponto em comum é a relação que as religiões afro-brasileiras possuem com o mercado. Pelo que já pontuamos em outros momentos desse trabalho, existe uma relação de certa dependência das festas com o mercado. Tanto na festa de Iemanjá do Mercadão que nasceu dentro do Mercado e assim ganhou característica próprias e de certo modo reflete o espaço de origem, como nas festas de *terreiros* onde a prática ritual de fixação e manutenção do *axé,* das vibrações positivas*,* não pode prescindir dos objetos concretos, que através dos ritos são sacralizados e asseguram o seu valor na estrutura simbólica religiosa, enquanto portadores da força vital.

A festa de Iemanjá do Mercadão com seus ritos próprios vivencia o sagrado em diálogo ativo com as comunidades dos *terreiros* que frequentam o Mercado. Toda ritualística é pública, como no momento em que as lojas de Umbanda e os clientes são abençoados ao entregarem suas oferendas, quando o cortejo caminha pelas galerias do Mercado abençoando a todos, quando a imagem de Iemanjá e as oferendas são lavadas com perfumes e espumantes na praia, quando os religiosos dançam em volta de Iemanjá ao som dos atabaques, quando as oferendas são lançadas ao mar com pedidos de bênçãos e, outras manifestações rituais.

Uma das diferenças das festas dos *terreiros* em relação a Festa de Iemanjá do Mercadão é o caráter público. Além disso, não há possessão na festa do Mercado, o que é segundo percebemos o traço mais significativo.

Vale pontuar que o sistema simbólico e mítico complexo das religiões afro-brasileiras coloca as divindades dentro do mercado. Na África, “É Exu que supervisiona as atividades do mercado do rei em cada cidade: o de *Oyó* é chamado *Èsù Akesan*,” (VERGER, 1996, p. 76). Exu é o senhor do mercado.

Independente da imagem que as pessoas que participaram da festa levam para casa, no final fica o sentimento de ter efetivamente participado de momento ímpar. Ficam algumas perguntas que com certeza não respondemos, quiçá sinalizamos uma possível resposta no desenrolar do nosso trabalho, mas com certeza existe uma grande diferença entre a festa idealizada por qualquer segmento da sociedade que nela esteve envolvido e a festa real, do vivido histórico, com rupturas e quebras do desejado.

Na página da Festa de Iemanjá do Mercadão no *faceboock*, os organizadores representados por Guaracy Coutinho, deixaram a seguinte mensagem:

> Mais uma etapa vencida. Lá se foram 12 anos de realizações. A Festa de 2014 foi um sucesso, independentemente das dificuldades. E foi um sucesso porque temos ao nosso lado pessoas queridas que nos ajudam a superar todos os empecilhos com os quais nos deparamos. Obrigado a todos os amigos, colaboradores e ao povo em geral que há 12 anos adotou a nossa homenagem a Iemanjá como deles, e é para o povo que organizamos essa homenagem. OBRIGADO A TODOS. (*Faceboock* 30 dez 2014)

Em 2015, como nos últimos anos, a Festa de Iemanjá tomou o espaço do Mercadão e depois as areias de praia de Copacabana. De acordo com uma *filha de santo*, Beatriz[319], ativa nos preparativos da festa, no ano de 2015 os conflitos foram menores e em nenhum momento ventilou-se a possibilidade da festa não se realizar. Assim, mais uma vez celebraram Iemanjá.

[319] Conversa informal pela rede social. Depoimento informal concedido a Joanice de S. Vigorito, Madureira, Rio de Janeiro (RJ), 11 jan. 2016.

Considerações finais

A proposta principal deste trabalho foi investigar o Mercadão de Madureira como um espaço dual e a partir de analisar a relação estabelecida entre a concepção de um mercado espaço de consumo e de um mercado religioso que se transforma em extensão dos t*erreiros* quando em contato direto com eles. Após investir nessa analise pudemos mostrar o Mercado em seus múltiplos sentidos e identificar semelhanças e diferenças entre estas duas concepções do espaço/lugar.

Nosso ponto de partida foi apresentar o Mercadão de Madureira por meio da sua inserção histórica junto à comunidade local e regional desde sua raiz como feira de hortifrutigranjeiros até atualidade. Enfatizamos a segunda metade do século XX, quando o Mercado sofreu alterações significativas no seu perfil comercial, pois deixou de ser atacadista e passou a ter no varejo sua maior força. Nesse período suas instalações físicas foram ampliadas e, no final da década de 1970 recebeu suas primeiras lojas de comércio direcionado as religiões afro-brasileiras. Trata-se de um Mercado que vivenciou continuidades e rupturas próprias do processo histórico, mas que conservou suas características de espaço de convivência que reflete a comunidade na qual está inserido.

Uma vez apresentado o objeto no intuito de comprovar nossas hipóteses, investimos em uma análise sistematizada e problematizada do Mercadão como espaço que articula com as especificidades próprias da economia, da organização social e da cultura. Nossa estratégia analítica foi a de comparar o Mercadão enquanto mercado popular espaço de consumo com o mercado de consumo religioso que pelo ritual se transforma em espaço sagrado. Para tal, direcionamos nosso foco para as festas religiosas afro-brasileiras e suas relações com o Mercado. Mercado identificado pelo *povo do santo* como lugar afetivo.

Apresentamos as festas nos terreiros e a festa de Iemanjá do Mercadão para elucidar que os rituais religiosos contêm o tempo sagrado e o tempo ordinário histórico. Investigamos como a festa assume o papel de mediadora do contato momentâneo entre o sagrado e o profano. A festa com seus ritos tornando presente o tempo sagrado das divindades, o tempo mítico.

Na produção dos ritos observamos os mais diversos fatores cotidianos que alteram o resultado da construção ritual e como essas questões são negociadas pelo homem religioso para que não haja impedimentos da ordem do sagrado.

A partir daí demonstramos que o consumo nas religiões afro-brasileiras não pode ser entendido na mesma valoração da sociedade de consumo em si, pois os objetos litúrgicos têm funções definidas pelo sistema religioso que não são necessariamente as funções próprias do objeto mercadoria. O consumo como ato cultural com aspectos fundamentalmente sociais é uma prática complexa. Nesse contexto inferimos que os *filhos de santo* não são consumidores passivos de um capitalismo que manipula através do marketing e da propaganda signos culturais em um circuito economicistas. Os fiéis das religiões afro-brasileiras seguem prioritariamente os preceitos próprios da sua religiosidade que são da tradição ancestral. Desta forma, o consumo de artigos religiosos no mercado atende as especificações normativas do sistema religioso, da demanda ritual e da singularidade de cada *filho de santo* nas suas relações arquetípicas da ordem do divino e na sua identidade coletiva.

Elucidamos que o Mercadão como espaço múltiplo conserva no trato comercial aspectos próprios de um mercado tradicional de bairro. Os clientes recebem um tratamento que prima pela proximidade, pelo conhecimento do outro. Esse fator muito colaborou para manutenção de relações sociais dialógicas entre as pessoas que frequentam e as que trabalham no Mercado, o qual se transformou em lugar de encontros das mais diversas comunidades e reforçou laços de convivência de grupos diferenciados que imprimiram no Mercadão sua marca identitária. Foi o que se deu com a comunidade religiosa afro-brasileira.

Essa apropriação do Mercado por parte das comunidades permitiu o crescimento do número de lojas de artigos litúrgicos, pois o *povo de santo* adotou o Mercadão como seu lugar afetivo, como demostramos nesse trabalho através das entrevistas. Mas isso só foi possível pelo diálogo empreendido entre os comerciantes e as lideranças religiosas dos *terreiros* juntamente com seus *filhos de santo.* Essa postura oportunizou a comercialização de objetos ritualísticos produzidos dentro das exigências preceituais, muitas vezes recorrendo a artesãos para atender as especificidades de certo artigo muito rico em detalhes que as mercadorias produzidas em série não dão conta de atender. Inferimos que os

artesãos quebram um automatismo da produção em massa de mercadorias estilizadas e exageradas que buscam alimentar uma ideia de festa espetáculo.

Nesse contexto vale ressaltar que no comércio tudo se oferta, da indumentária mais rica em bordados e brilhos a mais simples. No entanto, observamos uma ação das lideranças religiosas em prol de não permitir exageros no trato com os artigos litúrgicos por parte dos seus *filhos de santo* em um possível distanciamento da tradição. Percebemos também uma preocupação por parte dos lojistas em manter uma oferta variada de produtos atendendo assim uma gama vasta de clientes. Concluímos que o conhecimento que os comerciantes têm das religiões afro-brasileiras é um dos fatores diferenciais que levam um número expressivo de *filhos de santo* ao Mercadão.

Investigamos também a presença dos *filhos de santo* no consumo ritual de artigos para as festas do *terreiro* e como eles se comportam e são recebidos pelos lojistas. A partir daí percebemos a importância do Mercado nesse momento, não só como espaço que oferta mercadorias, mas espaço que é vivenciado no rito, pois não se compra à revelia, não se compra qualquer coisa. Os objetos ganham características de bens simbólicos e são manipulados como tal. Comprar é um aprendizado ensinado pelos mais velhos no santo aos novatos, o que requer conhecimento do código-objeto. Concluímos que a relação que se dá no ensino aprendizagem é uma relação ritual que põe o Mercado em contato direto com o *terreiro* e nesse momento ritual se transforma em espaço sagrado.

Na compreensão que a religião e a festa são fundamentais na vida cotidiana do *povo de santo*, identificamos também na Festa de Iemanjá do Mercadão um momento de ligação direta do espaço do Mercado com os *terreiros,* pois nela os atores e observadores da festa internalizam a visão de mundo, os valores e normas da comunidade religiosa afro-brasileira e novamente vivenciamos o espaço sagrado. Os ritos públicos e coletivos desse momento festivo oportunizam a participação do público em laços união comunitária. A festa é um fato político, religioso e simbólico. No caso da Festa de Iemanjá do Mercadão um rito afetivo e mobilizador. Ela representa o *povo do santo,* pois nenhuma religião se aparta do coletivo. E o ritual reafirma sentimento de pertença do crente, sua identidade individual e coletiva.

Sendo assim, a festa de Iemanjá do Mercadão tornou-se um momento ímpar de troca de conhecimentos e de perpetuação da cultura afro-brasileira. A festa homenageia o orixá e dá visibilidade as religiões afro-brasileiras.

Concluímos com a análise dos documentos produzidos a partir das fontes orais, visuais e escritas que pelo momento da compra ritual e pela Festa de Iemanjá em sincronia direta com os terreiros, o Mercadão de Madureira se transforma em espaço sagrado e, é vivenciado como tal. Sublinhando que o espaço do mercado enquanto lugar próprio dos *filhos de santo* é lugar de encontros e de trocas socioculturais.

Finalizamos nossas análises com a compreensão que o Mercadão, mercado popular de Madureira é um grande espaço que reflete os estilos de vida dos mais diversos grupos sociais que estão ao seu redor e, manipula os bens culturais das comunidades com as quais se relaciona. Dentro dessa realidade contém o comércio que trabalha em cima das leis da oferta e da procura, com demandas próprias da acumulação capital e do processo de consumo. Abriga também o comércio de artigos religiosos afro-brasileiros, os rituais de compra desses produtos litúrgicos, a homenagem festiva a Iemanjá, bem como as relações dos filhos de santo com o espaço transformando-o em lugar afetivo, “nosso lugar”.

No contexto desse múltiplo Mercado no que tange às relações que tramitam entre suas diversas potencialidades, observamos que em dados momentos suas diferenças são acentuadas e/ou mediadas e em outra altura suas similitudes sustentam sua estrutura.

Fontes

1- Fonte Oral

Entrevistas e conversas informais:

Memorialista:
Ronaldo Luiz Martins.

Administradores do Mercadão de Madureira:
Horácio Afonso.
Sheila F. G. Reis.

Marketing externo do Mercadão:
José Carlos Joaquim.

Proprietários e funcionários das lojas e dos boxes de ervas:
Guaracy Coutinho de Oliveira.
Hélio Sullivan
Fátima Esthephanio
Maria Olinda
Célia Regina D. Costa
Antônio (Tonho)

Lideranças religiosas e *filhos de Santo:*
Mãe Meninazinha de Oxum
Mãe Mirian de Oyá
Mãe Leda de Nanã
Pai Renato de Obaluaê
Beatriz Nascimento
Caynara Coelho
Allan Filho
Cleusa (Afonxé Filhos de Gandhi)
Genário de Xangô
José Carlos de Oxóssi

Clientes do Mercadão:
Lúcia Oliveira
Neide
Ana Maria Souza
Valmir
Maria Simões
Renato Nunes
Sheila Almeida
Irinéia
Aucenira
Solange

Fotógrafa:
Roberta Elias

2- Fontes Jornalísticas

Diário do Grande ABC, São Paulo. 17 jan. 2000.

Jornal do Commércio, Recife, 06 out. 2001.

Folha de São Paulo, São Paulo, 17 jan. 2000.

Jornal Tropical, Rio de Janeiro, s/d dez. 2014.

Jornal do Mercadão, Rio de Janeiro, 21 dez. 2014.

3- Acervo da Biblioteca Nacional

Anuário Estatístico do Distrito Federal, Rio de Janeiro, 29 ago. 1938..

A Cruz, Rio de Janeiro, 14 abr. 1957.

A Epoca, Rio de Janeiro, 14 dez. 1916.

_____, Rio de Janeiro, 11 fev. 1917.

_____, Rio de Janeiro, 05 set. 1918.

A Esquerda, Rio de Janeiro, 15 nov. 1930.

A Manhã, Rio de Janeiro, 18 ago. 1941.

_____, Rio de Janeiro, 09 set. 1941.

A Noite, Rio de Janeiro, 29 jan. 1941a.

_____, Rio de Janeiro, 15 ago. 1941b.

A Rua, Rio de Janeiro, 02 set. 1918.

_____, Rio de Janeiro, 25 jan. 1923.

Correio da Manhã, Rio de Janeiro, 18 mar. 1930a.

_____, Rio de Janeiro, 02 ago. 1930b.

_____, Rio de Janeiro, 20 jun. 1951

Gazeta de Notícias, Rio de Janeiro, 21 jan.1922a.

_____, Rio de Janeiro, 26 out.1922b.

_____, Rio de Janeiro, 03 jan.1923.

_____, Rio de Janeiro, 17 abr.1923.

Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 22 mar.1960.

_____, Rio de Janeiro, 25 abr. 1989.

_____, Rio de Janeiro, 31 dez. 1991

_____, Rio de Janeiro, 30 dez. 1990.

_____, Rio de Janeiro, 26 set. 1999.

_____, Rio de Janeiro, 06 jun. 2000a.

_____, Rio de Janeiro, 17 jan. 2000b.

_____, Rio de Janeiro, 05 out. 2001.

Luta Democrática, Rio de Janeiro, 31 out. 1959a.

_____, Rio de Janeiro, 27 dez.1959b.

_____, Rio de Janeiro, 31 dez. 1959c.

O Imparcial, Rio de Janeiro, 10 set. 1941a.

_____, Rio de Janeiro, 11 set. 1941b.

_____, Rio de Janeiro, 25 set. 1941c

_____, Rio de Janeiro, 05 mar. 1947.

O Jornal, Rio de Janeiro, 04 jul. 1921.

_____, Rio de Janeiro, 05 abr. 1922a.

_____, Rio de Janeiro, 26 out. 1922b.

_____, Rio de Janeiro, 28 jan. 1923a.

_____, Rio de Janeiro, 31 maio 1923b.

_____, Rio de Janeiro, 11 dez. 1923a.

_____, Rio de Janeiro, 12 dez. 1926a.

_____, Rio de Janeiro, 18 dez. 1926b.

_____, Rio de Janeiro, 14 ago. 1927a.

_____, Rio de Janeiro, 28 ago. 1927b.

_____, Rio de Janeiro, 18 out. 1928.

_____, Rio de Janeiro, 17 nov. 1929.

Opinião, Rio de Janeiro, 28 out. 1975.

Tribuna Popular, Rio de Janeiro, 05 mar. 1947.

Última Hora, Rio de Janeiro, 25 jan. 1923

_____, Rio de Janeiro, 21 jun. 1951a.

_____, Rio de Janeiro, 25 out. 1951b.

4- Acervo do Jornal O Globo

O Globo**,** Rio de Janeiro, 07 out. 1949.

_____**,** Rio de Janeiro, 29 mar. 1957a.

_____**,** Rio de Janeiro, 17 maio. 1957b.

_____**,** Rio de Janeiro, 03 jun. 1957c.

_____**,** Rio de Janeiro, 18 jul. 1958.

_____**,** Rio de Janeiro, 06 abr. 1959a.

_____**,** Rio de Janeiro, 05 out. 1959b.

_____**,** Rio de Janeiro, 18 dez. 1959c,

_____**,** Rio de Janeiro, 29 dez. 1959d.

_____**,** Rio de Janeiro, 16 abr. 1972a.

_____, Rio de Janeiro, 16 jun. 1972b.

_____**,** Rio de Janeiro, 13 mar. 1977.

_____**,** Rio de Janeiro, 10 abr. 1973.

_____**,** Rio de Janeiro, 14 nov. 1977.

_____**,** Rio de Janeiro, 08 jan. 1978ª.

_____**,** Rio de Janeiro, 09 jan. 1978b.

_____**,** Rio de Janeiro, 10 jan. 1978c.

_____**,** Rio de Janeiro, 11 jan. 1978d.

_____**,** Rio de Janeiro, 30 jul. 1978e.

_____**,** Rio de Janeiro, 18 mar. 1979.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 08 abr. 1983a.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 15 abr. 1983b, p.03.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 18 jun. 1982c.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 02 abr. 1985.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 12 set. 1986a.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 31 out. 1986b.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 19 dez. 1986c.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 04 set. 1987.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 10 jan. 1988.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 05 fev. 1988.

_____**,** Rio de Janeiro, 13 out. 1991,

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 05 jan. 1992ª.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 09 ago. 1992b.

_____**,** Bairro – Madureira. Rio de Janeiro, 13 dez. 1992c.

_____**,** Rio de Janeiro, 22 ago. 1993.

_____**,** Bairro – Madureira**.** Rio de Janeiro, 05 ago. 1999.

_____**,** Rio de Janeiro, 17 jan. 2000a.

_____**,** Rio de Janeiro, 10 abr. 2000b.

_____**,** Rio de Janeiro, 20 abr. 2000c.

_____**,** Rio de Janeiro, 05 out. 2001.

_____**,** Rio de Janeiro, 11 dez. 2009.

5- Revistas

Isto é Dinheiro. Negócios. 21. jun. 2006

Guia de Compras 2014 Mercadão de Madureira. Disponível em www.mercadaodemadureira.com . Último acesso em 26. dez. 2015

Revista CADEG – Edição Comemorativa dos 50 anos. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em <http://cadeg.com.br/wp-content/uploads/2013/09/10.pdf> . Último acesso em 13 abr. 2015.

Revista CADEG – Edição Comemorativa dos 48 anos. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em <http://cadeg.com.br/wp-content/uploads/2013/09/04.pdf> . Último acesso em 13 abr. 2015.

Revista Fala Zona Norte. Rio de Janeiro. <http://www.falazonanorte.com.br/index.php?page=revista> . Último acesso em 14 abr. 2015.

Revista online Conexão Afro. Rio de Janeiro. Disponível em <http://conexaoafro.wordpress.com/2011/02/24/vejam-o-curriculo-da-1-colunist a-da-

revistaconexo-comunitria-egbomi-conceio-reis-de-ogum/>. Último acesso em 14 abr. 2015.

6- Documentos e relatórios produzidos pelo poder público

ALERJ. Levantamento cartográfico das casas de santo. 05 jun. 2012 Disponível em <http://pt.slideshare.net/alerj/mapeamento-das-casas-dereligiesdematrizesafricanas no -rio-de-janeiro>. Último acesso em 12 ago. 2015.

Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro. Ofício GP/CM nº 707 em 25 de maio de 2007.

IBGE. **População do Município do Rio de Janeiro**. Disponível em <http://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=10&op=0&vcodigo=CD79&t=populacao-municipios-capitais-populacao-presente-residente> Último acesso em 13 abr. 2014.

IBGE. **Estatísticas do Século XX.** Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/29092003estatisticasecxxhtml.shtm> . Acesso em 13 abr. 2015.

IBGE. **Censo Demográfico 2010:** Religião – Amostra. Estados, Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=rj&tema=censodemog2010_relig>. Último acesso em 13 abr. 2015.

IPEA 46 anos. **O Brasil em 4 Décadas** – 1500 Textos para Discussão. Brasília Rio de Janeiro/Distrito Federal: Livraria do Ipea, 2010. Disponível em <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/1663/1/TD_1500.pdf>. Último acesso em 13 abr. 2015.

Poder Legislativo. **Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro**. 3Ano XXXII – nº. 073 - Parte II Rio de Janeiro, segunda-feira - 24 de abril de 2006.

Prefeitura do Rio de Janeiro. **Decreto nº 35862 de 04 de julho de 2012.** Disponível em<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108334/21DECRETO35862MercadaodeMadureira.pdf> . Último acesso em 05 set. 2015.

Prefeitura do Rio de Janeiro. **Bairros Cariocas**. Disponível em <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/bairroscariocas/index_cidade.htm>. Último acesso em 14 set. 2015.

Prefeitura do Rio de Janeiro**. Bairros Cariocas.** Disponível em <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/bairroscariocas/index_bairro.htm>. Último acesso em 14 set. 2015.

Prefeitura do Rio de Janeiro**. Bairros Cariocas**. Disponível em <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/bairroscariocas/ index_ra.htm> . Último acesso em 14 set. 2015.

PUC. Rio de Janeiro. **Cartilha para Legalização de Casa Religiosa de Matriz Africana.** Disponível em <http://www.jur.puc-rio.br/depto/wpcontent/uploads/2013/08/CartilhaparaLegaliza%C3%A7%C3%A3o-de-Casas-Religiosas-deMa triz-Africana.pdf>. Último acesso em 12 fev. 2016.

7- Sites

Guia Oficial do Rio de Janeiro/Riotur. Disponível em <http://www.rioguiaoficial.com.br/rio-dejaneiro/roteiros/ madureira>. Último acesso em 12 ago. 2014.

Mandinga Produções. Direção e Fotografia: Rafael Eiras Edição: Naiana Magalhães. Enviado em 13 jun 2010. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=SbCkoy57oiM&list=PLF904157A41BF5DA1&index=36>. Último acesso em 13 fev. 2016.

Macroplan – Prospectiva, Estratégia e Gestão. Mudanças no Perfil do Consumo no Brasil: Principais Tendências nos Próximos 20 Anos. 2010, p. 3. Disponível em <http://www.macroplan.com.br/Documentos/ArtigoMacroplan201_0817182941.pdf > Último acesso em 05 set. 2014.

Mapeamento das Casas de Santo do Rio de Janeiro. Disponível em <http://139.82.34.143/terreiros/>. Acesso em 12 fev. 2016.

Site Institucional do CEASA. Disponível em <http://www.ceasa.rj.gov.br/ceasa_portal/view/unidade_grandeRio.asp>. Último acesso em 03 fev. 2016.

Site Oficial do Mercadão de Madureira. Disponível em <http://www.mercadaodemadureira.com/index13.php . Último acesso em 23 fev. 2016.

Referências Bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. **Profanações.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

AGNOLIM, Adone. **História das Religiões: teoria e método**. In FILHO, Eduardo Meinberg de Albuquerque Maranhão (org.) (Re)conhecendo O Sagrado – Reflexões Teóricas-Metodológicas dos Estudos de Religiões e Religiosidades. São Paulo: Fonte Editorial, 2013.

ANDRADE, Solange Ramos. **História das Religiões e das Religiosidades**, uma **breve introdução.** In FILHO, Eduardo Meinberg de Albuquerque Maranhão (org.) (Re)conhecendo O Sagrado – Reflexões Teóricas-Metodológicas dos Estudos de Religiões e Religiosidades. São Paulo: Fonte Editorial, 2013.

AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. **Festa à Brasileira: Significados do festejar, no país que "não é sério".** Tese de Doutorado apresentada no Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1998.

AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. **"XIRÊ! O modo de crer e viver do Candomblé".** São Paulo. Educ. Rio de Janeiro: Pallas, 2002.

AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. **A festa de candomblé e sua relevância para o estudo do candomblé e do estilo de vida do povo-de-santo***.* In: LIMA, Tânia (org). Sincretismo Religioso: O ritual afro. Recife. Fundação Joaquim Nabuco. Editora Massangana, 1996.

AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. **Awon Xirê! A festa de Candomblé como elemento estruturante da religião.** In MOURA, Carlos Eugênio Marcondes (Org). "Leopardo dos Olhos de Fogo". São Paulo: Ateliê Editorial, 1998.

AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. A Alimentação Votiva. Revista História Viva Grandes Religiões 6 - Cultos Afros. São Paulo: Editora Gráficas, s/d.

AMARAL, Rita, DA SILVA, Vagner Gonçalves. **Religiões Afro-Brasileiras e Cultura Nacional**: uma etnografia em hipermídia. Revista Pós Ciências Sociais – São Luís, v. 3, n. 6, jul./dez. 2006 . Disponível em http://www.fflch.usp.br/da/vagner/n6_Rita_Amaral.pdf . Último acesso em 12. fev. 2016

BARBOSA, Lívia. **Cultura, consumo e identidade.** In BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin (Org.). Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BARROS, José D'Assunção. **Revista de História Comparada**, vol 1, nº 1, jun./2007. p. 17

BARROS, José D'Assunção. **O Campo da História – Especialidades e Abordagens**. Petrópolis: Vozes, 2004.

BARROS, José D'Assunção. **Labirinto** - Revista Eletrônica do Centro de Estudos do Imaginário da Universidade Federal de Rondônia. Ano V nº 7 - Janeiro - Junho 2005

BARROS, José Flávio Pessoa. **O Banquete do Rei – Olubajé – Uma Introdução a Música Sacra Afro- Brasileira***.* 2ed. Rio de Janeiro: Pallas, 2005.

BARROS, José Flávio Pessoa. **O Segredo das Folhas: Sistema de Classificação de vegetais no Candomblé Jejê-Nagô do Brasil**. Rio de Janeiro. Pallas: UERJ, 1993.

BARROS, José Flávio Pessoa. **Mito, memória e História; a música sacra de Xangô no Brasil** – PROEPER/UERJ, 1999.

BARROS, José Flávio Pessoa. **Na Minha Casa. Preces aos Orixás e Ancestrais.** Rio de Janeiro: Pallas, 2003.

BASTIDE, Roger. **As religiões africanas no Brasil: contribuição a uma sociologia das interpretações de civilizações.** Tradução de Maria Eloísa Capellato e Olívia Krähenbühl. Primeiro volume. Livraria Pioneira Editora, editora da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1971.

BASTIDE, Roger. **O Candomblé da Bahia.** 1rep. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. **A Economia Política dos Signos**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1996.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 4ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo***.* 2ed. Lisboa: Edições 70, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo***:* a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BEATA DE YEMONJÁ, Mãe. **Caroço de Dendê . A Sabedoria dos Terreiros**. 2 ed. Rio de Janeiro: Pallas, 2002.

BERNARDO, Rosa Maria Costa. **Objetos do axé: um estudo antropológico que vão da construção do objeto a manutenção da vida nos grupos de candomblé de São Paulo**. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

BERGER, Peter L. **O Dossel Sagrado –** Elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo**:** Paulus, 2011.

BLOCH, Marc. *Os Reis Taumaturgos* – o caráter sobrenatural do Poder Régio. França e Inglaterra. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

BOURDIEU, Pierre. **Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **As Estruturas Sociais da Economia**. Porto: Campo das Letras, 2006.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **A Cultura na Rua.** 2ed. Campinas/São Paulo: Papirus Editora, 2001.

BRÜSEKE, Franz. O sagrado na modernidade técnica. **Cadernos de pesquisa interdisciplinar em Ciências Humanas**, Florianópolis, n. 70, p.12, maio 2005.

CACCIATORE, Olga Gudolle. **Dicionário de Cultos Afro-Brasileiros**. 3ed. Rio de Janeiro. Forense-Universitária, 1988.

CAMPBELL, Colin. Sociedade de Consumo. In: OUTHWAITE, William; BOTTOMORE, Tom. (Org.). Dicionário do pensamento social do Século XX. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.

CAMPBELL, Joseph. O **Poder do Mito**. 14ed. Rio de Janeiro: Pallas.1996.

CAMPOS, Vera Felicidade de Almeida. **Mãe Stella de Oxóssi – Perfil de uma liderança religiosa**. Rio de Janeiro.Zahar, 2003.

CARDOSO, C. & BACELAR, J. (Org.) **Faces da Tradição Afro-Brasileira**. Rio de Janeiro/Salvador, Pallas/CEAO, 1999, p.113-130.

CARNEIRO, Édison. **Candomblé da Bahia**. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira/INL, 1977.

CARYBÉ. **Os Deuses Africanos no Candomblé da Bahia**. Salvador. Bigraf, 1993.

CANEVACCI, Massimo. **Sincretismos: Uma Exploração das Hibridações Culturais.** São Paulo: Studio Nobel, 1996.

CAPONE, Stefania. **A busca da África no candomblé: tradição e poder no Brasil.** Rio de Janeiro: Contra Capa livraria/Pallas, 2004.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano.** 3ed. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 1998.

CHARTIER, Roger. *A* **história cultural entre práticas e representações**. Lisboa: Difel, 1990.

CHARTIER, Roger. **"Cultura Popular" revisitando um conceito histórico**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol8, nº16, 1995, p. 179-192.

COELHO NETTO, José Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural.** São Paulo, SP: Iluminuras/Fapesp, 1997

DAMATTA; Roberto. **Carnavais, malandros e heróis; para uma sociologia do dilema brasileiro.** Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

DAMATTA; Roberto. **Relativizando; uma introdução à antropologia social.** Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. **História Oral** – memória, tempo e identidades. 2ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa.** 3ed. São Paulo: Paulus, 2008.

CAILLOIS, Roger. **O homem e o sagrado**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 1963.

D'ARRUDA, Gisela. **Umbanda Gira!** Rio de Janeiro: Pallas, 2010.

DOS SANTOS, Flávio, Gonçalves. **Economia e Cultura do Candomblé na Bahia**. Santa Catarina: EDITUS/UESC, 2013.

CROATTO, José Severino. **As Linguagens da Experiência Religiosa** – Uma introdução à fenomenologia religiosa. 3ed. São Paulo: Paulinas, 2010.

DAMATTA, Roberto. **A Casa & A Rua:** espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. 5ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

ELIADE, M. **Imagens e Símbolos – ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso.** São Paulo. Martins Fontes, 2002.

ELIADE, M**. Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 1986.

ELIADE, M**. O sagrado e profano: A essência das religiões**. 3ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

ELIADE, M**. História das Crenças e das Ideias Religiosas**. Rio de Janeiro. Zahar, 1978.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Marieta de Moraes, AMADO, Janaína (org). **Usos e Abusos da História Oral.** 4ed. RIO DE Janeiro. Editora FGV, 2001.

FERRETTI, Mundicarmo Maria Rocha. **De segunda a domingo: etnografia de um mercado coberto. Mina, uma religião de origem africana.** São Luís: SIOGE, 1985.

FERRETTI, Mundicarmo Maria Rocha. **Feiras nordestinas – estudos e problemas**. In: FERRETTI, Sérgio (Org.). *Reeducando o olhar:* estudos sobre feiras e mercados. São Luís: UFMA/PROIN(CS), 2000.

FONSECA, Denise Pini Rosalem da, GIACOMINI, Sonia Maria. **Presença do Axé** – mapeando terreiros no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2013, p. 93.

GALIMBERTI, Umberto. **Rastros do Sagrado.** São Paulo: Paullus, 2003.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1978.

GOLDMAN, Marcio. **A Construção Ritual da Pessoa: a Possessão no Candomblé**. In: Religião e Sociedade. Rio de Janeiro: ISER/CER, 1985.

GONZALEZ, Lélia. **Festas Populares no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Index, 1989.

GUERRA, Renata Souza. **Dimensões do consumo na vida social.** (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva** . São Paulo: Centauro, 2006.

HELLER, Agnes. **O Cotidiano e a História.** 8ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

HOBSBAWN, Eric, RANGER, Terence. **A invenção da Tradição** .4ed. Rio de Janeiro . Paz e Terra, 1997.

HOLLIER, Denis (org). *El Colegio de Sociologia.* Madri/ Espanha, Taurus , 1982.

ISAIA, Artur Cesar, MANOEL, Ivan Aparecido. **Espiritismo e religiões afro-brasileiras**. História e Ciências Sociais. São Paulo. Editora Unesp, 2012.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernidade e sociedade de consumo**. Novos Estudos/CEBRAP. jun./1985, n.12. p. 16 -26.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1997.

JENSEN, Tina Gudrun. **Discursos sobre as religiões afro-brasileiras -** Da desafricanização para a reafricanização. Revista de Estudos de Religião – REVER. Pós-Graduação em Ciências da Religião – PUC São Paulo. Nº 1 / 2001 / pp. 1-21

LE GOFF, Jacques. **O Imaginário Medieval**. Lisboa. Edições 70, 1980.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. 5ed. Campinas. São Paulo. Editora Unicamp, 2003

LE GOFF, Jacques, SCHIMITT, Jean-Claude. **Dicionário Temático do Ocidente Medieval.** Bauru, São Paulo: Edusc, 2006. Volume I .

LEIRIS, Michel. **O Sagrado na vida cotidiana.** In HOLLIER, Denis (org). *El Colegio de Sociologia.* Madri/ Espanha, Taurus , 1982.

LEMOS, Maria Teresa Toríbio Brittes. **Mitos e Ritos Andinos – Wana Kawri Waka: Percurso entre as tradições orais e a contextualização dramatizada da História**. In LEMOS, Maria Teresa Toríbio Brittes (org.) América Latina: Identidades em Contrução. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2008.

LIMA, Vivaldo da Costa. **Os Obás de Xangô** in MOURA (org.). *Olòórisà*- Ensaios sobre a religião dos Orixás. São Paulo: Ágora, 1981.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal:* ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LODY, Raul. **Jóias de Axé:** fios-de-contas e outros adornos do corpo: a joalheria afrobrasileira**.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001

LODY, Raul. **Dicionário de Arte Sacra & Técnicas Afro-Brasileiras**. Rio de Janeiro: Pallas, 2003.

LODY, Raul. **Santo também come.** 2ed. Rio de Janeiro: Pallas, 1998.

LODY, Raul. **O povo do santo.** Religião, História e Cultura dos Orixás, Voduns, Inquices e Caboclos. Rio de Janeiro: Pallas, 1995.

LOPES, Nei. Logunedé: **Santo menino que velho respeit***a*. Rio de Janeiro: Pallas, 2012.

LOPES, Nei. **Dicionário da Hinterlândia Carioca**- Antigos "Súburbio" e "Zona Norte". Rio de Janeiro: Pallas, 1995.

LUZ, Marco A**. Do Tronco ao Opa Exim. Memória e Dinâmica da Tradição Afro-Brasileira.** Rio de Janeiro: Pallas, 2002.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**. Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2003.

MAUSS, Marcel. **Esboço de uma Teoria da Magia.** Lisboa, Portugal: Edições 70, 1974.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva** – Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In Sociologia e Antropologia. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MAFFESOLI, Michel. **O mistério da conjunção**: ensaios sobre comunicação, corpo e sociabilidade. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **O ritmo da vida**: variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MARX, Karl. **Contribuição à Crítica da Economia Política.** 2ed. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008.

MARX, Karl. **El Capital** – Critica de la economia politica. 2ed Española. México: Fondo de Cultura Económica, 1958.

MARTINS, Ronaldo Luiz. **Mercadão de Madureira**: Caminhos de Comércio. Rio de Janeiro: Condomínio do Entreposto Mercado do Rio de Janeiro, 2009.

MATTA E SILVA, W.W. **Umbanda do Brasil.** 3ed. Rio de Janeiro: Ícone, 2000.

MATTOS, Sandro Costa. **O livro básico dos ogãs.** 2ed. São Paulo: Ícone, 2006.

MELLO E SOUZA, Laura. O **Diabo e a Terra de Santa Cruz**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MELO, Hildete Pereira, TELES, Jorge Luiz. **Serviços e Informalidade: O Comércio Ambulante no Rio de janeiro.** Rio de Janeiro/Brasília: IPEA- Instituto de Economia Aplicada, 2000

MULLER, Charles Curt. **Dinâmica, Condicionantes e Impactos Socioambientais da Evolução da Fronteira**. Revista Administração Pública. Rio de Janeiro, jul/set. 1992, pp. 64-87.

MOURA, Carlos Eugênio Marcondes (org.). **Leopardo dos Olhos de Fogo***.* São Paulo: Ateliê Editorial, 1998.

MOURA, Carlos Eugênio Marcondes (org). **Candomblé: religião de corpo e alma.** Rio de Janeiro: Pallas, 2000.

MOTTA, Robert. **A invenção da África: Roger Bastide, Edison Carneiro e os conceitos de memória coletiva e pureza nagô.** In: LIMA, Tânia (org). Sincretismo Religioso: O ritual afro. Recife. Fundação Joaquim Nabuco. Editora Massangana, 1996.

MOURA, Roberto. **Tia Ciata e a pequena África no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: FUNARTE/INM/Divisão de Música Popular, 1983.

MUNANGA, Kabengele. **África Negra. A Criação Artística Negro Africana- Uma arte situada na fronteira entre a contemplação e a utilidade**. São Paulo. Corrupio, 1988.

MUNHOX, Dercio Garcia. **Inflação Brasileira**. Revista Economia Contemporânea. nº 1. jan./jun. 1997

NORA, Pierre. **Entre Memória e História- A problemática dos lugares***.* Projeto História n. 10. São Paulo. PUC/SP, 1993.

OLINTO, Antônio. **O Mercado e o Sagrado: Reflexões**. In VOGEL, Arno, MELLO, Marco Antônio da Silva, BARROS, José Flávio Pessoa de. Galinha D'Angola – Iniciação e Identidade na Cultura Afro-Brasile*ira.* 3ed. Rio de Janeiro. Pallas,2001

ORTS, Adela Cortina. **Por una ética del consumo** : *la ciudadanía del consumidor en un mundo global.* Madrid: Taurus, 2004.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. 5.ed São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTIZ, Renato. **A Morte Branca do Feiticeiro Negro:** Umbanda, integração de uma religião numa sociedade de classes. Petrópolis: Vozes, 1978.

ORO, Ari Pedro, STEIL, Carlos Alberto, CIPRIANI, Roberto, GIUMBELLI< Emerson (org). **A religião no espaço público**. São Paulo: Terceiro Nome, 2012.

OTTO, Rudolf. **O Sagrado.** 2ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas Artes Visuais.** 3ed. São Paulo. Editora Perspectiva, 2002.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultura***.* 2ed. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2003.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Além das fronteiras. In MARTINS, Maria Helena (org.). Fronteiras culturais–Brasil, Uruguai, Argentina. Cotia, SP: Ateliê editorial, 2002.

PEZES, Jean Marie. **História da cultura material***.* In: LE GOFF, Jacques. "*A História Nova"* 4ed. São Paulo. Martins Fontes, 2001.

PRANDI, Reginaldo. **As religiões negras do Brasil: Para uma sociologia dos cultos afro-brasileiros.** Revista USP, São Paulo, n°28: 64-83, Dez/Fev 95/96.

PRANDI, Reginaldo. **Segredos guardados: orixás na alma brasileira**. São Paulo.Editora Companhia das Letras, 2005.

PRANDI, Reginaldo. **A Mitologia dos Orixás**. 4.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

PRANDI, Reginaldo. **Os candomblés de São Paulo**. São Paulo: EDUSP, 1991.

PRANDI, Reginaldo. **Referências Sociais das Religiões Afro-Brasileiras: Sincretismo, Branqueamento, Africanização.** CARDOSO, c & BARCELAR, J. (Org). Rio de Janeiro. Pallas, 1999.

PRANDI, Reginaldo. **Axé em movimento no mercado religioso: Umbanda em declínio, candomblé em ascensão.** Anuac, Volume I, Número 2, novembro 2012.

PRANDI, Reginaldo. **Religião paga, conversão e serviço. São Paulo** Revista Novos Estudos. n.° 45 julho de 1996.

RAMOS, Arthur. **O Negro Brasileiro**. 1º volume: etnografia religiosa. 5 ed. Rio de Janeiro: Graphia, 2001.

RAMOS, Arthur. Danças, festas e instrumentos musicais de origem bantu. **Revista Eletrônica**

Jangada Brasil. Ano IX, Edição 96, Novembro de 2006.

REIS, João José. **Entrevista concedida ao Departamento de História de Universidade Federal Fluminense**. Tempo nº 11 de julho de 2001.

RIVIÈRE, Claude. **Os ritos profanos.** Petrópolis/ Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

ROCHA, Agenor Miranda. **Os Candomblés Antigos do Rio de Janeiro -** a

nação Ketu: origens, ritos e crenças. Rio de Janeiro. Topbooks, 1994.

ROCHA, Everardo. **Magia e Capitalismo –** Um estudo antropológico da publicidade. 4ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 2010.

RODRIGUES, Raimundo Nina. **Os Africanos no Brasil**. São Paulo: Ed. Nacional, 1977.

RODRIGUES, Raimundo Nina. **O animismo Fetichista dos Negros Baianos**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1935.

SABOURIN, E. **Desenvolvimento territorial e abordagem territorial** – conceitos, estratégias e atores. In: Sabourin, E., Teixeira, O. A. (Eds.). Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais – conceitos, controvérsias, experiências. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2002.

SANTOS, Descóredes M. dos. **Porque Oxalá usa Ekodidé**. 3 ed. Rio de Janeiro. Pallas, 1997.

SANTOS, Jocélio Teles dos. **Os candomblés da Bahia no século XXI.** s/d, p. 5. Disponível em http://www.terreiros.ceao.ufba.br/pdf/Os_candombles_no_seculo_XXI.pdf . Último acesso em 05 de set. 2014.

SANTOS, Juana Elbein dos Santos. **Os Nagô e a Morte**. 11ed. Petrópolis. Vozes, 2002.

SANTOS, Milton**. A Natureza do Espaço***:* Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: EDUSP, 2002.

SANTOS, Milton**. Técnica, espaço, tempo***:* globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, Milton**. Pensando o Espaço do Homem**. São Paulo: Edusp, 2009.

SANTOS, Milton, SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil-** Território e sociedade no início do século 21. 4ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SARACENI, Rubens. **Rituais Umbandistas –** Oferendas, Firmezas e Assentamentos. 6ed. São Paulo: Madras, 2014.

SARACENI, Rubens. **Fundamentos Doutrinários de Umbanda.** 3ed. São Paulo: Madras, 2015.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo Dicionário de Economia**. São Paulo: Editora Best Seller, 1999.

SIQUEIRA, Jéssica Câmara. **Glossário de Ciência da Informação e Comunicação.** São Paulo. AgBook, 2013.

SILVA, VAGNER GONÇALVES DA**. Concepções religiosas afro-brasileiras e neopentecostais: uma análise simbólica** REVISTA USP, São Paulo, n.67. setembro/novembro 2005 .

SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade***.* São Paulo: Nobel, 2002.

SODRÉ, Muniz. **O Terreiro e a Cidade-** A forma Social negro-brasileira. Petrópolis/Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1988.

SOUZA, H. J. **Como se faz análise de conjuntura**. 11ed. Petrópolis: Vozes, 1991.

TILLY, Charles. *Grandes Estructuras, Procesos Amplios, Comparaciones Enormes.* Madrid: Alianza Editorial, 1991.

TRINDADE, Diamantino Fernandes. **História da Umbanda no Brasil.** Limeira, SP: Editora do Conhecimento, 2014.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço Terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENAC, 2001.

VEBLEN, Thorstein B. **A Teoria da Classe Ociosa –** Um estudo econômico das instituições. São Paulo: Atica, 1974. (Os pensadores).

VERGER, Pierre, BASTIDE, Roger. **Contribuições ao Estudo dos Mercados Nagô do Baixo Benin".** In VERGER, Pierre, Artigos (Tomo I). Salvador: Corrupio, 1992.

VOGEL, Arno, MELLO, Marco Antônio da Silva, BARROS, José Flávio Pessoa de. **Galinha D'Angola** – Iniciação e Identidade na Cultura Afro-Brasile*ira.* 3ed. Rio de Janeiro. Pallas,2001.

VOGEL, Arno, MELLO, Marco Antônio da Silva, BARROS, José Flávio Pessoa de. **Religião & Sociedade – A moeda dos Orixás.** Disponível em http://lemetro.ifcs.ufrj.br/a_moeda_dos_orixas.pdf . Último acesso em 13. Fev. 2016.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. 3ed. Brasília: Editora Brasília, 2004. Volume 1

Anexos

1. Anexo – Decreto que declara o Mercadão como patrimônio cultural carioca de natureza imaterial

DECRETO Nº 35862 **DE 04 DE JULHO DE 2012**

Declara patrimônio cultural carioca, de natureza imaterial, o Mercadão de Madureira.

O PREFEITO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, no uso de suas atribuições legais, e

CONSIDERANDO que o Mercadão de Madureira é uma das atrações mais conhecidas e que mais projeta o nome do bairro para fora de suas fronteiras;

CONSIDERANDO a importante atuação do Mercadão de Madureira na preservação das tradições culturais e religiosas afro-brasileiras;

CONSIDERANDO que este é um dos últimos grandes mercados da cidade do Rio de Janeiro;

CONSIDERANDO a necessidade de se se preservar a memória cultural por meio do Registro dos Lugares onde se reproduzem práticas culturais coletivas;

CONSIDERANDO o pronunciamento do Conselho Municipal de Proteção do Patrimônio Cultural, através do processo 12/002.094/2010.

DECRETA:

Art. 1º Fica declarado Patrimônio Cultural Carioca, de natureza imaterial, o Mercadão de Madureira, nos termos do art. 4º, §1º do Decreto 23.162, de 21 de julho de 2003.

Art. 2º O órgão executivo municipal de proteção do patrimônio cultural inscreverá o Mercadão de Madureira, como bem cultural de natureza imaterial, no Livro de Registro dos Lugares.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Rio de Janeiro, 04 de julho de 2012 - 448º da Fundação da Cidade

EDUARDO PAES

D. O RIO 05.07.2012

2. Anexo – Instituição da Festa de Iemanjá no calendário oficial do Município do Rio de Janeiro

D.O. RIO
Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro

OFÍCIO GP/CM N.º 707 EM 25 DE MAIO DE 2007.

Senhor Presidente,

Dirijo-me a Vossa Excelência para comunicar que, nesta data, sancionei o Projeto de Lei n.º 981, de 2006, de autoria do Ilustre Senhor Vereador Átila Nunes Neto, que "***Institui no calendário Oficial do Município do Rio de Janeiro o Dia de Iemanjá, a ser comemorado no dia 29 de dezembro de cada ano***", cuja segunda via restituo-lhe com o presente.

Aproveito o ensejo para reiterar a Vossa Excelência meus protestos de estima e distinta consideração.

CESAR MAIA

Ao
Exmo. Sr.
Vereador IVAN MOREIRA
Presidente da Câmara Municipal do Rio de Janeiro

LEI N.º 4.516 DE 25 DE MAIO DE 2007

Institui no calendário Oficial do Município do Rio de Janeiro o Dia de Iemanjá, a ser comemorado no dia 29 de dezembro de cada ano.

Autor: Vereador Átila Nunes Neto

O PREFEITO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, faço saber que a Câmara Municipal decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1.º Fica instituído no Calendário Oficial do Município do Rio de Janeiro o Dia de Iemanjá.

Art. 2.º A data deverá ser comemorada anualmente no dia 29 de dezembro.

Art. 3.º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

CESAR MAIA

3. Anexo - Festa de Iemanjá do Mercadão de Madureira 2014

Programa da Festa de Iemanjá de 2014

Fotos de 29 de dezembro de 2014.
Autoria: Joanice de Souza Vigorito

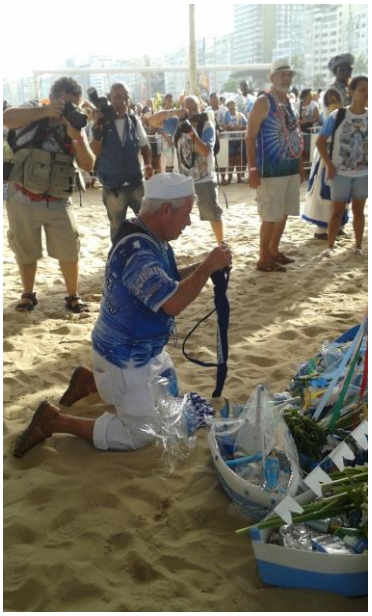
Fotos de 29 de dezembro de 2014.
Autoria: Joanice de Souza Vigorito

Fotos de 29 de dezembro de 2014.
Autoria: Joanice de Souza Vigorito

Fotos de 29 de dezembro de 2014.
Autoria: Joanice de Souza Vigorito

Fotos de 29 de dezembro de 2014.
Autoria: Joanice de Souza Vigorito

Fotos de 29 de dezembro de 2014.
Autoria: Joanice de Souza Vigorito



Fotos de 29 de dezembro de 2014.
Autoria: Joanice de Souza Vigorito

4. Anexo – Modelo de declaração de anuência de direito de uso de depoimento oral

DOUTORADO EM HISTÓRIA COMPARADA/UFRJ

Tese

Cessão Gratuita de Direitos de depoimento oral

Pelo presente documento, eu_____
_____
_____,
RG:_____ emitido pelo(a):_____,
domiciliado/residente em _____
_____
_____
_____
_____, **declaro ceder à Pesquisadora**: Joanice de Souza Vigorito CPF_____CI_____, emitido pelo IFP, domiciliado/ residente_____,
sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais do depoimento de caráter histórico e documental que prestei à pesquisadora/entrevistadora aqui referida, na cidade do Rio de Janeiro/RJ, em ____/____/____, **como subsídio à construção de sua tese de Doutorado em História Comparada da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro**, da mesma forma, em relação ao uso de imagens e vídeos produzidos durante o depoimento oral acima mencionado. A pesquisadora acima citada fica consequentemente autorizada a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, o mencionado depoimento, no todo ou em parte, editado ou não, bem como permitir a terceiros o acesso ao mesmo para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor, o mesmo em relação às imagens ----------.

_____, _____ de _____ de _____

_____

(assinatura do entrevistado/depoente)