Colóquio do Grupo de Pesquisa Religiões, Identidade e Diálogos
Edição Comemorativa
Recife, 11 de março de 2019

A MERCANTILIZAÇÃO DA CULTURA AFRICANA: UMA ABORDAGEM ALÉM DO SAMBA, DA CAPOEIRA E DO SINCRETISMO RELIGIOSO

Lucy Patrícia da Silva de Farias*
Antônio Petrônio da Silva**

Resumo

O presente trabalho aborda a mercantilização da cultura africana, enfatizando aspectos que foram evidenciados tanto no mercado interno quanto externo com as interfaces da sociedade moderna e o processo de industrialização, bem como lucratividade que estimula o mercado do consumo. Nesse sentido, tem como principal objetivo identificar e discutir as múltiplas formas relacionadas ao comércio gerado em torno dos aspectos de identificação da africanização. A premissa básica à qual o presente artigo se propõe é a ampliação da visão da cultura que está relacionada ao negro. Entretanto, normalmente há uma tendência a direcionar ou a reduzir a cultura africana, sendo voltada para o samba, a capoeira e o sincretismo religioso. Vale salientar que, historicamente, o próprio negro foi objeto de mercantilização antes mesmo de cruzar o Atlântico na condição de escravo. Contudo, no Novo Mundo teve que passar pelo processo de adaptação e resgate de suas raízes históricas. Por isso, buscar-se-á evidenciar alguns elementos que fazem parte do universo da comercialização destacando alguns aspectos importantes, tais como: a identidade do negro, a arte africana no contexto atual e a mercantilização da fé. Assim, consideramos a relevância de resgatar a importância africana na formação da identidade brasileira e também a luta do negro pelo seu espaço no contexto atual em diversos segmentos da sociedade. Temos por base a utilização da pesquisa bibliográfica e de algumas fontes legais. Espera-se, diante desse olhar diferenciado, explicitar, através deste estudod mais significativo, a presença cultural e mercadológica em torno da religiosidade, da economia e da sociedade brasileira.

Palavras-chave: Religiosidade. Economia. Sociedade.

INTRODUÇÃO

A mercantilização e o consumo perpassam os cenários externo e interno e, atrelado a isso, o ciclo do produto quando chega a sua capacidade máxima de venda. A própria cultura, a arte e a religiosidade também são veículos de comercialização que em alguns momentos estão em evidência

* Mestranda em Ciências da Religião – UNICAP. Especialista em psicopedagogia pela Universidade Salgado de Oliveira Filho – UNIVERSO (2006), graduada em Pedagogia pela Universidade Católica de Pernambuco (1994). E-mail: lucypatricia1969@hotmail.com

** Mestrando em Ciências da Religião – UNICAP. Especialista em metodologia do Ensino de Música IBPEX (2015), licenciado em Música pela UFPE (2012). Professor do curso Técnico em instrumento musical IFPE. E-mail: big.ifpebarreiros@gmail.com

e outros caem no esquecimento. Nesse sentido cabe indagar: por que a mercantilização da cultura afro-brasileira apenas perpassou pela capoeira, carnaval e sincretismo religioso? E por que outros aspectos não foram exaltados?

Para analisar a problemática sobre a mercantilização de culturas, estilos e crenças numa ótica direcionada para questões econômicas e sociais, deve-se, antes de tudo, passar pelo crivo de construção da própria nação brasileira. Ademais, somos hoje um reflexo do passado. A mercantilização dos povos africanos iniciou antes mesmo de cruzarem o Atlântico e adentrarem no continente americano. Geravam um comércio lucrativo, que, na condição de escravo, impulsionavam os diversos setores do Brasil colonial.

Os negros eram utilizados como objetos de consumo, ou seja, mercadoria. Porém a maioria deles era excluída do mercado consumidor durante muito tempo. "Proibições em relação ao consumo destinado a desumanizar e a marcar a exclusão" [1]. A possibilidade de comprar sempre esteve relacionada a questões de poder e *status* numa sociedade que valoriza a riqueza. A dominação também possuía outras faces que nutriram a supremacia portuguesa, pois a cultura, os costumes e a religiosidade foram subjugados.

A religiosidade foi imposta (sendo o catolicismo a religião oficial) e a única forma de se adaptar ao mundo novo seria buscar estratégias de uma nova forma de cultura ativa devido à realidade da escravidão, posteriormente, abolição e ajustamento à modernidade. Desse modo, iniciaremos a abordagem da mercantilização da cultura negra a partir de três vertentes: a análise da identificação do negro como produto de mercantilização, a arte negra, e a religiosidade afro-brasileira e a mercantilização da fé.

[1] SANZONE, Lívio. Objetos da Identidade negra: consumo mercantilização, globalização e criação de culturas negras no Brasil.

A IDENTIFICAÇÃO DO NEGRO COMO PRODUTO DE MERCANTILIZAÇÃO

A imagem tratada pelo branco com relação ao negro muitas vezes tinha um teor de discriminação. As questões relacionadas à raiz africana eram postas num patamar inferior, porque a imagem traçada era de preguiçoso, de pessoa coisificada, ou seja, sem valor. Isso se "relacionava à pretidão da pele atrelada à pretidão da alma, porém a alma não possui cor, bem como a inteligência ou e também as virtudes advindas do coração são iguais para todos os s seres humanos" (COSTA E FOLLMAN apud BASTIDE, 1871, p.8).

E somado a isso tudo, outros aspectos de identificação do negro (tais como: a comida, que, muitas vezes, era associada a questões de higiene; o rebolado a um tipo de postura inadequada para pessoas de bem; o cabelo, sobre o qual muitas vezes eram utilizados termos pejorativos; a religiosidade, sendo atribuída ao candomblé e à umbanda a encarnação do próprio demônio) também eram inferiorizados. Os valores simbólicos[2] desenvolvidos sempre foram formas de incutir um modelo de padrão comportamental e de meios de aceitação, pois àqueles que estão fora do processo são descriminados.

Há uma distância principalmente para aqueles que não possuem os meios de produção capitalista, porém muitas vezes produzem os bens e não conseguem usufruir da sua própria produção. A contemplação e o desejo são liberados; porém, mesmo existindo uma vasta opção de produtos disponíveis para todos, nem todos terão acesso a eles. Tais excluídos fazem parte de grande parcela da população pobre, tanto brancos quanto negros. Isso, historicamente, no Brasil tem ligações com questões étnicas e raciais.

O negro geralmente é associado ao carnaval e à capoeira. O primeiro, originado no Rio de Janeiro, representa o mundo afro desvinculado da

[2] "Por mecanismos alienantes, a ideologia da elite dominadora introjetou em vastos canais de não brancos os seus valores fundamentais. Significa que nossa realidade étnica hierarquiza e inferioriza socialmente de maneira que os não brancos procuram criar uma realidade simbólica que os refugiam" (MOURA, 1988, p.63).

essência. A segunda, advinda da Bahia, é a representação pura das raízes culturais. É ressaltado o apelo mercadológico da negritude[3] africana. A identidade está relacionada aos aspectos que emergem do nosso pertencimento e não apenas uma parte da cultura (HALL, 2006, p.08).

A globalização possibilitou enfatizar outros aspectos, trazendo, assim, a valorização do mundo negro, como a dança, a forma de vestir, o cabelo, a religiosidade como forma de resgatar a África em sua essência. Até então, apenas o samba e a capoeira tinham sido disseminados. Isso é a própria passividade ou ilusão das massas, uma realidade inventada que agrega valor ao agora. Desse modo, todos são iguais nessas manifestações culturais e a divisão de classes é esquecida.

Entretanto, não há apenas a passividade, mas também muita luta em busca de conquista e respeito à identidade do negro. Isso é viabilizado através: de políticas públicas de inclusão nas universidades pelo sistema de cotas; das Organizações não Governamentais (ONGS); da legislação voltada para o ensino da cultura africana resgatando as raízes históricas do país. A valorização também está associada à participação em diversos segmentos sociais, como na arte tivemos o ministro da cultura Gilberto GIL e, no Supremo Tribunal Federal, o ministro Joaquim Barbosa.

No cenário mundial, despontou Carmem Miranda, destacando como elementos característicos do negro a sensualidade e o rebolado; os canais de televisão aberta, que possibilitavam a apresentação de séries negras; as bandas que possuíam um ritmo característico da música negra como Jackson Five (SANSONE, 1992, p.08). Esses segmentos trouxeram mais que um mercado de geração de mercadorias; projetou certos aspectos da cultura e expressão da arte.

[3] O vocábulo surge pela primeira vez no poema narrativo de Aimé Césaire *Cahier d'un Retour au Pays Natal*; Senghor veio a dar-lhe seu tutano filosófico: haveria, segundo o poeta senegalês, uma natureza própria ao negro-africano, quer em sua individualidade quer em sua comunidade, algo que o diferenciaria dos membros de outras coletividades humanas. MIGLIAVACCA, Adriano, Estadão. <https://cultura.estadao.com.br/blogs/estado-da-arte/negritude/>

A ARTE AFRICANA NO CONTEXTO ATUAL

A arte africana está presente nos espaços particulares e nos espaços públicos (como ruas e museus), nas roupas, nas músicas, nas comidas, na literatura, enfim, em todo contexto, há uma comercialização dos produtos relacionados com a cultura africana. O capitalismo artista agrega valor econômico através de um meio estético e experiencial, afirmando-se como produtor e distribuindo prazeres e encantamento. Também consegue apelar para estilos, imagens e divertimentos[4].

Além disso, temos a música como um traço característico na cultura africana nos cantos para os orixás, tendo influenciado cantores como Clara Nunes, que deixou uma obra voltada para raízes negras. Nesse segmento, temos intérpretes como Martinho da Vila, Alcione, Gilberto Gil, Elza Soares, Milton Nascimento, Jorge Ben Jor, Naná Vasconcelos e Maria Bethânia[5].

Na literatura, muitos escritores abordaram a temática negra, como Roger Bastide, Jorge Amado, Castro Alves (que continua vivo através de sua obra), Gilberto Freyre, Lívio Sansone, Vagner Silva, Roberto Motta, Reginaldo Prandi e Zuleica Dantas. Na literatura infantil, temos os livros: "Menina bonita do laço de fita", de Ana Maria Machado, enfatizando a beleza da menina negra: "O menino Marrom", de Ziraldo: "O cabelo de Lelê", de Valéria de Belém.

Nas artes plásticas e visuais, podemos citar Ronaldo Rego, Rubem Valentim e Emanuel Araújo. Encontramos, ainda, nos espaços urbanos, a arte negra presente, como é o caso do Dique do Itororó, que representa os orixás como ponto de visitação turística. A culinária (como o acarajé) despontou no cenário mundial, inclusive a arte no ofício das baianas do acarajé está inscrito no Livro dos Saberes desde 2005 como bem imaterial (IPNH, 2014, p. 01).

[4] LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. A estetização do mundo. Viver na Era do Capitalismo artista. p. 39

[5] FURST, Richard, Os dez músicos brasileiros que mais se empenharam para fazer a ponte África-Brasil. <https://www.dw.com/pt-002/os-dez-m%C3%BAsicos-brasileiros-que-mais-se-empenharam-para-fazer-a-ponte-%C3%A1frica-brasil/g-41020939>

A importância da cultura é inegável e possui extrema influência nos contextos social, econômico e religioso. A arte negra se apresenta de diversas formas, desde as roupas a uma forma própria de se posicionar diante do mundo. A arte também está presente na mercantilização da fé.

A MERCANTILIZAÇÃO DA FÉ

Outro aspecto nesse cenário é a mercantilização da fé, que é uma das formas de identificação começando a despontar na esfera mundial, com penetração em outros países, a religiosidade africana é representada pelo candomblé. Há, assim, uma maior aceitação na esfera interna e o intercâmbio com mundo exterior, possibilitando um *status* de prestígio. Isso possibilitou internamente uma maior penetração no campo religioso no tocante às religiões de matrizes africanas.

Conforme Canclini (1995, p.65), os rituais que são eficientes são capazes de utilizar objetos para dar sentido às práticas desenvolvidas e tais bens, quanto mais onerosos, possuem um investimento afetivo mais forte e a ritualização faz fixar o sentido a eles associados. Cada religião possui seus objetos característicos que muitas vezes, são produto de riqueza inigualável. E isso também é um componente utilizado na espetacularização da fé, pois o belo é atraente e faz a conexão com a dimensão superior, trazendo alento a um coração que necessita de amparo.

A mercantilização da fé também possui a vertente que envolve a capacidade de resolução de problemas que afligem as pessoas, pois, muitas vezes, há uma necessidade imediata dos que procuram o amparo espiritual, mas sem maiores envolvimentos através de uma solução rápida e não uma promessa futura. Não precisa ser iniciado para poder ter o atendimento espiritual.

Segundo Reginaldo Prandi (2004, p. 228), no mercado religioso, existem inesgotáveis opções e a primeira experiência de insatisfação ou

desafeto pode ser substituída por outras para viabilizar os anseios de cada um, tendo maior valorização quando se paga. Isso se configura no universo religioso em todas as religiões, não só no candomblé e na umbanda,

Verifica-se que há uma espetacularização que envolve as músicas, as pregações televisionadas e vinculadas ao rádio, os *shows*, as passeatas envolvendo, muitas vezes, vários segmentos religiosos, as peregrinações e procissões de fé. E nesse jogo de sedução, para atrair os fiéis, há uma mercantilização, desde os cenários até os adereços que compõem toda a simbologia da fé.

No candomblé e na umbanda, por se relacionar com os mistérios e um imaginário da língua, dos cantos, dos orquis, dos mitos como menciona a obra prandiana[6], há todo um universo que liga os orixás, que possui sua caracterização e do próprio iniciado. A produção mercadológica da religiosidade afro-brasileira vai além das oferendas, do sincretismo[7]. Isso foi um meio para disfarçar a simbologia religiosa por trás dos rituais e imagens nas práticas católicas.

Na arte religiosa, há toda uma amplitude que deve ser observada, tendo relação com as cores dos orixás, com as insígnias, os adés, os fios de contas, os objetos dos sacrifícios. A sacralização e outros aspectos da cultura estão presentes nos terreiros e nos espaços públicos.

Silva (2008, p. 98 a 102) menciona o seguinte sobre a arte religiosa:

> A arte religiosa afro-brasileira é eminentemente conceitual que exprime valores coletivos. (...) Essa arte produz, por meio de um conjunto de objetos modelados, um sistema de ideias, de tal modo que ideias e objetos possam se expressar mutuamente enfatizando a inseparabilidade existente entre eles. São antes linguagens diferentes que expressam planos complementares de significados, ou seja, são fatos sociais estético-religiosos. Alguns orixás também são artesãos, como o ferreiro Ogum, o oleiro Oxalá e a grande cozinheira Oxum.”

6 PRANDI, Reginaldo. O Brasil do axé: candomblé e umbanda no mercado religioso. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000300015>. Acesso em: 28 dez. 2018. p. 234.

7 “Sincretismo é a união dos opostos, um tipo de mistura de crenças e ideias divergentes”. Muitos orixás dos cultos afros têm no catolicismo um santo correspondente. RINALDE. Natanael. ROMERO, Paulo. Desmascarando as seitas. p.235.

Por trás desse contexto religioso, há também uma mercantilização que envolve pejís e congás até a própria roupa que os filhos de santos utilizam no momento da possessão. Tal dinâmica do mercado direciona para o capitalismo artista agregando à sensibilidade e ao imaginário o valor econômico (LIPOVETSKY E SERROY, 2018, p.43). Não há uma arte de consumo desinteressada, nem tão pouco autônoma, por isso não é diferente da cultura afro.

Segundo Barber (2009, p.52) "o capitalismo, como sistema econômico, exige certas atitudes culturais e comportamentos sociais de reforço em cada um de seus estágios de desenvolvimento." O indivíduo tanto é capaz de influenciar como também pode ser agente transformador, influenciando a dinâmica de mercado. Porém, na lógica do mercado, o "ter" está em processo cíclico, pois o objeto do desejo atual pode se tornar obsoleto posteriormente. O valor agregado a cada coisa está relacionado tanto aos fatores externos como internos.

No momento atual porque a sociedade brasileira passa, os fatores políticos possuem um peso significativo que irão influenciar diretamente nos comportamentos religioso, econômico e social. A velocidade das informações, através do processo de ampliação de redes, repercutiu diretamente na política interna e no modo de pensar em nível nacional. Tal abertura no cenário mundial também repercutiu para uma maior abertura voltada para a pluralidade religiosa e a liberdade de expressão. Entretanto, ainda há ataques à liberdade de culto através de ações para atingir símbolos e representações da devoção. Isso foi constatado com a queima da árvore histórica do sítio do Pai Adão[8]. A ação representou um retrocesso no direito de credo porque não era uma simples árvore e sim representação da fé.

[8]JC Online. Moradores denunciam incêndio em árvore sagrada do Terreiro de Pai Adão, em Água Fria. <https://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2018/11/11/moradores-denunciam-incendio-em-arvore-sagrada-do-terreiro-de-pai-adao-em-agua-fria-361618.php>.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cultura africana passou por muitas turbulências e atravessou o tempo, sendo símbolo de resistência e tendo sua parcela de contribuição no mundo econômico e social. Nesse contexto, a mercantilização representa muito mais que um mercado consumido. Também difunde os diferentes aspectos do negro, que estão sendo repassados de geração para geração. Conforme foi evidenciado, a cultura desses povos em alguns momentos no Brasil esteve inferiorizada e, em outros, foi exaltada, sendo objeto de comércio e valorização.

Ademais, não apenas o carnaval, a capoeira e o sincretismo religioso representam a identidade da nação brasileira. Esquecer ou até mesmo negar a existência desses contextos histórico, econômico, social, religioso e cultural, num futuro próximo, é como apagar o passado. Podemos concluir que a mercantilização da cultura negra sempre esteve presente e agrega valor para os mercados interno e externo, estando presente na dinâmica do Brasil. Entretanto, muitas vezes, não é vista com a devida importância, pois isso também faz parte do jogo simbólico de tornar invisível ou não enfatizar aspectos tão marcantes na construção da nossa história.

REFERÊNCIAS

BARBER, Benjamin R. **Do protestantismo à infantilidade**. In consumido. Como o mercado corrompe crianças, infantiliza adultos e engole cidadão. Rio de Janeiro: Record. 2009, p 53-93.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadão: conflitos culturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995; p.59-73.

COSTA e FOLLMANN. **Processos de Construção da Identidade Nacional Brasileira: Velhas e Novas Interrogações sobre a construção da identidade Nacional**. Disponível em: <http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/anais4/8.pdf > Acesso em: 25 out. 2018.

FURST, Richard, **Os dez músicos brasileiros que mais se empenharam para fazer a ponte África-Brasil**. Disponível em: < https://www.dw.com/pt-002/os-

dez-m%C3%BAsicos-brasileiros-que-mais-se-empenharam-para-fazer-a-ponte-%C3%A1frica-brasil/g-41020939> Acesso em: 28 dez. 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Stuart Hall: Tradução Tomás Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Lauro. -11° Ed. Rio de Janeiro - DP&A. 2006.

IPHAN. INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Ofício das Baianas do acarajé**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/58 > Acesso em: 01 fev. 2019.

JC Online. **Moradores denunciam incêndio em árvore sagrada do Terreiro de Pai Adão, em Água Fria**. Disponível/ em: <https://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2018/11/11/moradores-denunciam-incendio-em-arvore-sagrada-do-terreiro-de-pai-adao-em-agua-fria-361618.php.> Acesso em: 05 jan. 2019.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo**. Viver na Era do Capitalismo MIGLIAVACCA, Adriano, Estadão. Estado da Arte. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/estado-da-arte/negritude/> Acesso em: 30 dez. 2018.

MOURA, Clóvis. **A sociologia do negro brasileiro**. Ática: São Paulo, 1988.

PRANDI, Reginaldo. **O Brasil do axé: candomblé e umbanda no mercado religioso**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000300015>. Acesso em: 28 dez. 2018.

RINALDE. Natanael. ROMERO, Paulo. **Desmascarando as seitas**. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=vdpdDwAAQBAJ&pg=PT132&lpg=PT132&dq=RINALDE.+Natanael.+ROMERO,+Paulo.+Desmascarando+as+seitas&source=bl&ots=Rssfsv-FtC&sig=xbirRT6Y4ewvnCEvxMJxtlSHDlo&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiY8KLhg-bfAhVFGJAKHWg3CwUQ6AEwCnoECA4QAQ#v=onepage&q=RINALDE.%20Natanael.%20ROMERO%2C%20Paulo.%20Desmascarando%20as%20seitas&f=false>. Acesso em: 15 dez. 2018.

SANZONE, Lívio. **Objetos da Identidade negra: consumo mercantilização, globalização e criação de culturas negras no Brasil**. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132000000100004 . Acesso em: 09 jan. 2019.

SILVA, Vagner Gonçalves da. **A arte religiosa Afro-brasileira: as múltiplas estéticas da Devoção brasileira**. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/debatesdoner/article/view/5251/2986>. Acesso em: 12 jan. 2018.