

OFERENDA PARA A CABOCLA:

os sentidos sociais do dinheiro em uma loja de artigos afro-religiosos

Beatriz Martins Moura

Mestranda em Antropologia Social

Universidade de Brasília

Bolsista CNPq



Foto 01- Imagem da cabocla Mariana na loja

Santarém, 12/08/2012

Fonte: Beatriz Moura, 2012 (Acervo do Núcleo de Pesquisa e Documentação das Expressões afro-religiosas do Oeste do Pará e Caribe).

Este trabalho aborda a discussão acerca dos sentidos sociais do dinheiro a partir de pesquisa desenvolvida durante a graduação. Os argumentos apresentados são decorrentes de questões que surgiram ao longo da pesquisa na loja de artigos afro-religiosos^[1] *Oke Arô*^[2] na cidade de Santarém, Pará. Trata-se da reflexão a partir das ações das pessoas em relação à presença da imagem, em tamanho real, feita de gesso, de uma entidade muito conhecida na região, que atende pelo nome de Cabocla Mariana^[3]. Há um pratinho com moedas sob seus pés, colocado pelos frequentadores da loja. Essas ações, praticadas pelos clientes e frequentadores do lugar, permitem pensar sobre os processos de transformação pelos quais passam a imagem da Cabocla Mariana e o dinheiro que lhe é ofertado.

Esta reflexão relaciona-se ao conceito de *sentidos ordinários*^[4] (Neiburg, 2007), do dinheiro. A análise elucida questões sobre a transformação de mercadorias e objetos de uso monetário em objetos rituais, carregados de sentidos atribuídos nas relações sociais que se desenrolam e que ultrapassam a ordem econômica e entram na lógica religiosa^[5].

Minha inserção nas lojas de artigos afro-religiosos da cidade de Santarém teve início no ano de 2012. Concomitante a um trabalho de Mapeamento de Casas e Terreiros de Religiões de Matriz Afro-brasileira, realizado juntamente com outros colegas, sentimos a necessidade de ampliar a dimensão desses “territórios” porque eles abrangiam espacialidades que não se restringiam ao interior dos muros dessas casas. Informados pelos dados etnográficos^[6], partimos para a compreensão dos significados desse espaço ampliado que envolvia as lojas de artigos religiosos da cidade^[7].

A proximidade estabelecida com o proprietário de um desses estabelecimentos abriu a possibilidade de prosseguir ali o trabalho de campo e as reflexões a respeito do modo como o dinheiro^[8] circulava nesse contexto. O interesse era perceber como as pessoas estabeleciam relações mediadas pelo dinheiro e também atribuíam a ele sentidos diversos, que não só aquele plasmado pela economia. Ao realizar as primeiras visitas à *Oke Arô*, percorri o olhar pelo ambiente e me saltou aos olhos uma imagem feita de gesso, em tamanho real da cabocla Mariana. A “cabocla” estava posta em um canto da loja e sua disposição fazia com que parecesse parte daquele lugar. Aos seus pés havia um prato de metal cheio de moedas, o que aguçou meu interesse.

Como as idas à loja se tornaram frequentes fui aos poucos expandindo os diálogos. Indaguei do senhor Eli^[9] sobre a imagem da cabocla Mariana, que chamara minha atenção. Ele contou que havia sido encomendada de Belém para ser vendida, como todas as outras. Entretanto, quando foi posta em exposição as pessoas que entravam na *Oke Arô* começaram a deixar dinheiro aos seus pés. “Às vezes nem compravam nada, entravam,

chegavam perto, conversavam com Dona Mariana, deixavam o dinheiro ali e saíam”. Essa prática tornou-se habitual e, vendo isso, o dono decidiu não mais vendê-la.

Esse fato chama atenção pela possibilidade de analisá-lo por meio da chave da ressignificação, a partir do que argumenta Gonçalves (2007). O autor fala sobre a importância de atentar para os processos de ressignificação ao observar os objetos. Esses cotidianamente circulam e circulando são reclassificados de acordo com o contexto em que estão presentes. “E esse dinheiro fica aí mesmo?” perguntei, “Fica, fica, não pode mexer não, só quando o pratinho já tá muito cheio é que eu tiro algumas e boto no caixa, pra *desabarrotar* o prato, mas aí a oferenda da pessoa já tá feita, o objetivo dela já foi alcançado, aí não tem mais problema de tirar não.”, respondeu o senhor Eli.

O elemento central desta análise sobre o caso descrito é a ideia de uma continuidade no processo de ressignificação que atinge tanto a imagem da cabocla Mariana quanto o dinheiro que é depositado a seus pés. No momento em que os fiéis os quais pude presenciar, deixaram sua oferenda, estabeleceram relação com a entidade por meio daquela imagem. Essa relação promoveu uma mudança na significação do objeto dinheiro e da imagem também. O dinheiro já não era mais moeda no sentido mercantil, mas objeto de intermediação, de conexão entre ela e a entidade. A imagem, por sua vez não era mais apenas imagem^[10], senão a materialização da própria entidade, não era mais mercadoria, tal qual chegou para ser vendida, mas sim objeto que permitia entrar em contato com a cabocla Mariana. O dinheiro tornou-se veículo das relações entre pessoas e espíritos.

São processos imbricados. A imagem recebe novo sentido a partir do ato de depósito das moedas aos seus pés, passa a ser parte da loja, materialização da entidade. As moedas, por sua vez, são depositadas na forma de oferenda para a cabocla Mariana deixam a esfera do sentido monetário apenas, para receber status de objeto ritual e mesmo sagrado. São, portanto, dois movimentos que dependem um do outro e ambos, para ocorrer, dependem das ações dos sujeitos que acreditam na moeda e na imagem de modo interligado.

Sinteticamente este artigo apresentou o processo de ressignificação da imagem da Cabocla Mariana e do dinheiro em uma loja de artigos afro-religiosos. Observou-se, que o dinheiro pode ser pensado como um objeto “sociologicamente produtivo” (Baptista, 2006). Nesse sentido, no contexto pesquisado, é possível propor uma reflexão sobre novos significados que se estabelecem no âmbito das fronteiras entre o sagrado e o profano, assim como dos lugares da crença e do interesse pessoal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAPTISTA, José Renato de Carvalho. 2006. *Os deuses vendem quando dão: um estudo sobre os sentidos do dinheiro nas relações de troca do Candomblé*. Tese de Doutorado, Museu Nacional - Rio de Janeiro.

BARROS, José Flávio Pessoa; MELLO, Marco Antônio da Silva; VOGEL, Arno. 1987. “A Moeda dos Orixás”. *Religião & Sociedade*, 14(2): 04-17.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. 2007. *Teorias antropológicas e objetos materiais*. Rio de Janeiro: Coleção Museu, Memória e Cidadania.

MOURÃO, Tadeu. 2012. *Encruzilhadas da cultura: imagens de Exú e Pombajira*. Rio de Janeiro: Aeroplanos.

NEIBURG, Federico. 2007. “As moedas doentes, os números públicos e a antropologia do dinheiro”. *MANA*, 13(1): 119-151.

PEIRANO, Mariza. 2002. *O dito e o feito: ensaios de antropologia dos rituais*. Rio de Janeiro: UFRJ.

SIGAUD, Lygia. 2007. “‘Se eu soubesse’: os dons, as dádivas e suas equivalências”. *RURIS*, 1(2): 123-153.

Beatriz Martins Moura

Mestranda em Antropologia Social

Universidade de Brasília

Bolsista CNPq

Currículo Lattes

beatrizmartinsmoura@gmail.com

^[1]Uso a designação “loja de artigos afro-religiosos” por ser o termo empregado pelos donos desses estabelecimentos em entrevistas realizadas com eles durante a pesquisa e por estar presente nas fachadas e placas dessas lojas.

^[2]Nome fictício para me referir ao estabelecimento onde desenvolvi pesquisa.

^[3]Entidade muito querida na região, cabocla Mariana é conhecida como uma das três princesas turcas que se

encantou na Amazônia, mais precisamente nos lençóis maranhenses e passou por um processo de “ajuremação”, ou seja, tornou-se índia. Entidade que tem a água como principal elemento, é também chamada aqui de Dona Mariana ou ainda, Mãe Mariana.

^[4]O conceito de sentidos ordinários do dinheiro é formulado por Neiburg (2007) em oposição ao conceito de sentidos eruditos. Por sentidos eruditos o autor considera aqueles normatizados pela economia política, que compreende unicamente o valor monetário, mercantil do dinheiro. Os sentidos ordinários do dinheiro, por sua vez, são todos aqueles que os sujeitos atribuem a este objeto no manuseio e nas relações cotidianas em que o dinheiro se faz presente. Ao contrário das formulações da economia, os sentidos ordinários do dinheiro podem ser variados.

^[5]O pressuposto de que existem esferas distintas da economia e da religião leva em consideração os argumentos de Sigaud (2007) e Baptista (2006) que afirmam que na concepção moderna, dinheiro e religião não devem se misturar sob o risco de que o interesse contamine um espaço por excelência da gratuidade e do dom. Tal pressuposto tem por base a lógica das religiões judaico-cristãs, que não necessariamente operam para as religiões de matriz afro-brasileira, mas reverbera sobre o senso comum.

^[6]Ao longo de dois anos de trabalho no Projeto de Mapeamento das Casas e Terreiros de Religiões de Matriz Afro-brasileira, dezessete terreiros da cidade de Santarém e as oito lojas de artigos afro-religiosos foram visitados. Essas visitas previam entrevistas semiestruturadas, com roteiros abertos, com as lideranças desses terreiros (os dezessete pais e mães de santo fundamentalmente) para conhecer suas trajetórias religiosas e com os proprietários e vendedoras das lojas. Parte deste trabalho consistia na frequência nos calendários de cerimônias ao longo do ano e nos toques e giras semanais de algumas dessas casas. O diálogo com os afro-religiosos e com os donos das lojas nas entrevistas e nas conversas permitiu perceber o modo como se estabelecia a relação mercado-terreiro.

^[7]Abordo com mais profundidade acerca dessa compreensão da relação mercado-Terreiros, que foi fundamental para esta pesquisa em outros trabalhos meus.

^[8]A reflexão sobre a presença do dinheiro no universo afro-religioso leva em consideração outros autores que anteriormente já haviam tratado da temática, a saber, Baptista (2006), Barros, et al (2007), que discorrem acerca de como a presença do dinheiro é não só natural, como necessária nesse contexto, para alimentar as divindades, para manter um terreiro, para os rituais de feitura e as mais diversas cerimônias.

^[9]Tratarei o dono da loja pelo nome fictício de Eli.

^[10]De acordo com a discussão feita por Mourão (2010) em seu estudo sobre as imagens usadas nos terreiros e seu processo de fabricação, os santeiros têm plena consciência de que aquele produto que estão fabricando tem uma finalidade ritual. Entretanto, quando a compra é feita por uma loja de artigos religiosos a imagem é ainda mercadoria, devendo passar, de acordo com essa lógica, apenas uma breve estada nesse espaço de mercado, sendo logo vendida e seguindo sua “vida” até o terreiro ou demais espaços religiosos.