

SAGRADO PROFANO: A UMBANDA E O MERCADO RELIGIOSO

Holy Profane: the Umbanda and the Religious Market

Sagrado profano: la umbanda y el mercado religioso

Ítalo Lobo

Formado em Publicidade e Propaganda (Bacharelado) pela Universidade Católica de Brasília – UCB.

E-mail: italojordalobo@gmail.com

Florence Dravet

Professora do Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília, Dra. em Ciências da Linguagem (Paris 3). Pós-doutorado em Comunicação (UnB).

E-mail: flormd@gmail.com

Resumo

A Umbanda, oriunda do sincretismo religioso brasileiro, sofre um declínio no número oficial de praticantes, embora os terreiros estejam cheios. Algumas igrejas neopentecostais empregam técnicas de marketing para expandir sua presença na sociedade e utilizam os meios de comunicação para difamar as práticas umbandistas, acusando-as de praticarem atividades “demoníacas”. Busca-se entender aqui como a Umbanda se posiciona frente ao mercado religioso e de que forma ela utiliza as ferramentas da Comunicação para proteção, preservação e expansão de suas práticas.

Palavras-chave: Umbanda. Mercado Religioso. Comunicação. Religiosidade.

Abstract

Umbanda religion, stablished on the Brazilian religious syncretism, has been declining in terms of practitioners, even though, the so-called terreiros are always crowded. Some Neopentecostal churches have been using marketing techniques to expand its presence in society along with mass medias in order to vilify the Umbanda practices, accusing them of “demonic”. In this paper, we seek to understand how Umbanda is positioning itself in the religious market and which communication strategies are used to protect, preserve and expand its practices.

Keywords: Umbanda. Religious Market. Media. Religiosity.

Resumen

La *Umbanda*, derivada del sincretismo religioso brasileño, sufre un descenso en el número oficial de practicantes, aunque las casas estean llenas. Algunas iglesias neopentecostales emplean técnicas del marketing para ampliar su presencia en la sociedad y usan los medios de comunicación para difamar a las prácticas umbandistas, acusándolos de practicar actividades demoníacas. Busca entenderse aquí como la *Umbanda* se posiciona frente al mercado religioso y cómo utiliza las herramientas de comunicación para la protección, conservación y expansión de sus prácticas.

Palabras-claves: Umbanda. Mercado religioso. Comunicación. Religiosidad.

Introdução

A Umbanda, religião derivada do Candomblé, do Espiritismo Kardecista e do Catolicismo popular, é uma evolução do polissincretismo religioso, que perpassa pela influência dos ritos e crenças da ancestralidade indígena existente no Brasil.

Renato Ortiz, em *A Morte Branca do Feiticeiro Negro* (1991), posiciona a Umbanda como um dos resultados do fenômeno da industrialização e urbanização brasileira, que, por se adequar melhor às novas necessidades da nova sociedade, atrai adeptos das mais variadas categorias e religiões.

Sendo a Umbanda um dos resultados da sociedade pós-moderna, fruto da urbanização e industrialização do país, era de se esperar que o seu crescimento acompanhasse o desenvolvimento das cidades, entretanto, não é isso que se observa quando nos deparamos com os dados oficiais de 2010 sobre as religiões no Brasil. Reginaldo Prandi (2004) aponta um declínio no número de praticantes autodeclarados da Umbanda, afirmando que a causa são as novas condições de expansão das religiões no contexto social da pós-modernidade e defende a urgente necessidade das religiões afro-brasileiras se expandirem e se posicionarem de forma mais forte no mercado religioso.

Além disso, a intolerância e o preconceito, que crescem de forma assustadora no país e os constantes ataques e perseguições que sofrem os adeptos das religiões afro-brasileiras, também podem ser a razão desse aparente declínio da Umbanda.

Para compreender melhor esse cenário, o presente artigo se propõe a analisar a Umbanda no atual contexto social. Com base em pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo qualitativa, apresenta seus conceitos básicos e apresenta os problemas enfrentados pela religião, além de verificar de que forma ela trabalha e se encaixa nessa realidade capitalista de mercantilização da fé.

Dessa forma, temos por objetivo analisar a atitude da Umbanda perante a mercantilização da fé e de que forma ela utiliza, ou não, as ferramentas oferecidas pela Comunicação, tais como as técnicas da propaganda e do marketing, para a proteção, preservação e expansão de suas práticas.

O texto se divide em três momentos: a contextualização sobre o cenário da Umbanda no Brasil e a atual situa-

ção de mercado das religiões; uma abordagem sobre o que é a Umbanda, o mercado religioso e o marketing na religião; e a interpretação de seis entrevistas realizadas com líderes de casas de Umbanda e demais religiões afro-brasileiras em Brasília.

1. O axé na sociedade de mercantilização da fé

Embora o Brasil seja um país com liberdade de culto assegurada pelo Estado, conforme estabelece o Art. 19 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, a Umbanda, assim como as demais denominações de matrizes afro-brasileiras, continua a sofrer com a intolerância religiosa, sendo alvo de constantes perseguições e agressões físicas, morais e simbólicas.

Em uma primeira leitura desse fato, podemos associar o severo declínio da população autodeclarada praticante da Umbanda e das demais religiões afro-brasileiras, aos constantes ataques e perseguições que sofrem seus adeptos. De acordo com Prandi (2004), em 1980, 0,6% da população se declaravam membros das religiões afro-brasileiras. Em 1991, apenas 0,4%. Em 2000, cai para 0,3% e se mantém até o último censo realizado em 2010. Segundo os dados oficiais, existem aproximadamente 407 mil praticantes da Umbanda (0,2%); 167 mil do Candomblé (0,09%); e 14 mil de outras religiões de matrizes africanas (0,01%).

Sabe-se que tal levantamento não condiz com a realidade, uma vez que não expressa a real quantidade de pessoas que praticam e/ou participam dos cultos e ritos de matrizes afro-brasileiras. De acordo com texto publicado pelo site da Fundação Cultural Palmares (FCP)¹, o temor da discriminação e a vergonha por praticar uma religião considerada por muitos como primitiva ou “coisa de negros e ignorantes”, entre outros elementos, faz com que milhares de pessoas não assumam sua religiosidade em público ou não se sintam confortáveis em falar da sua fé.

O Coletivo de Entidades Negras (CEN), com o apoio de diversas outras organizações sociais do Movimento Negro e órgãos governamentais, lançou, em 2010, a campanha “Quem é de Axé diz que é!” com o objetivo de reforçar a autoestima e dar maior visibilidade aos praticantes das religiões

¹ Texto disponível em <<http://www.palmares.gov.br/?p=4104>>.

de matrizes afro-brasileiras em todo o país, valorizando o fazer afro-religioso e reafirmando sua identidade. Acreditava-se que esta ação possibilitaria uma alteração substancial nos números do Censo e forneceria elementos para a criação de novas políticas públicas voltadas aos povos de terreiro.

O vídeo, de quase 2 minutos, traz as lideranças religiosas e praticantes das mais diversas religiões afro-brasileiras convocando os povos de terreiro a se autodeclararem como tal para o Censo 2010. A campanha foi amplamente divulgada na Internet e também por meio de cartazes, presença em eventos com temas relacionados e anúncios em jornais e revistas.

É importante ressaltar que, devido ao que se chama de polissincretismo religioso, berço das religiões no Brasil, muitos praticantes da Umbanda, do Candomblé e demais manifestações afro-brasileiras se identificam e se autodeclararam como católicos.

Deste modo, é comum, mesmo atualmente quando a liberdade da escolha religiosa já faz parte da vida brasileira, muitos seguidores das religiões afro-brasileiras ainda se declararem católicos. Isso faz com que as religiões afro-brasileiras apareçam subestimadas nos censos oficiais do Brasil (PRANDI, 2004, p. 225).

Ainda, deve-se levar em consideração as dificuldades para o levantamento das casas e/ou terreiros existentes no País. Um dos problemas encontrados pelo Professor Jocélio Teles dos Santos², ao realizar o recenseamento das casas de candomblé na Bahia foi, de que forma precisar se um determinado espaço religioso pode ser considerado um terreiro, segundo definição consagrada do termo, tanto nos estudos afro-brasileiros como no cotidiano das casas de culto.

Durante a realização desse levantamento, houve casas/terreiros identificados que se recusaram a responder ao questionário por medo da perseguição religiosa. Outros não foram localizados devido a problemas nos endereços informados, sendo considerados inexistentes. E, por fim, existem aqueles que foram fechados pelo falecimento ou doença das

lideranças e não tiveram suas atividades mantidas pelos herdeiros da casa.

Visando conhecer e reconhecer os lugares de expressão da religiosidade de matriz africana no Brasil, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) desenvolveu experiências de identificação e salvaguarda dos terreiros em cidades como Salvador (BA), Belo Horizonte (MG), Porto Alegre (RS) e Curitiba (PR). Esta última passa por um processo de invisibilidade da cultura de matriz africana, sendo necessários esforços de pesquisa na coleta da documentação histórica, em agências públicas relacionadas à área cultural e informações na oralidade dos que mantêm a tradição das casas de Candomblé mais antigas da cidade, conforme explica matéria publicada no site da instituição³.

Em relação ao medo da perseguição religiosa, nota-se que devido ao insuficiente suporte governamental, os casos de violência contra praticantes de religiões afro-brasileiras têm se tornado cada vez mais frequentes. Os ataques aos praticantes das religiões de matriz africana e os atentados aos terreiros foram destaques durante o ano de 2015. De acordo com dados do Disque 100, de 2011 até o 1º semestre de 2015, foram recebidas 581 denúncias de discriminação religiosa.

No intuito de combater esse crescente preconceito religioso e defender a liberdade, a laicidade e a garantia de direitos no país, valorizando a diversidade religiosa, o respeito ao próximo e o convívio harmonioso entre as religiões, o Ministério da Cultura (MinC) e a Fundação Cultural Palmares (FCP) lançaram, em janeiro de 2016, a campanha “Filhos do Brasil”.

A campanha, que tem como embaixador o cantor e compositor de samba Arlindo Cruz, é composta por um vídeo de 2 minutos e um conjunto de depoimentos postados no hotsite da campanha, hospedado no site do Ministério da Cultura, com o mote na valorização à diversidade religiosa, o respeito ao próximo e o convívio com a alteridade.

Com duração de 30 segundos na TV e de 2 minutos na internet, a peça afirma que “quando nasce um brasileiro,

2 Doutor e mestre em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo (USP) e atualmente professor da Universidade Federal da Bahia (UFBA), atuando nas áreas de antropologia, etnologia, religiosidade afro-brasileira e ações afirmativas no ensino superior.

3 Texto disponível em <<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/3462/projeto-lugares-de-axe-mapeia-terreiros-de-candomble-de-curitiba-e-regiao-metro-politan>>.

nasce uma alma livre para escolher no que acreditar” e que “quando nasce um brasileiro, independente do que escolheu acreditar, nasce um filho do Brasil”.

Na análise de Prandi (2004), as agressões e perseguições no Brasil já não são mais realizadas pelos órgãos oficiais, mas passaram a acontecer por parte das denominações religiosas neopentecostais⁴, com horários comprados nos meios de comunicação.

Segundo Silva (2007), os neopentecostais utilizam-se do discurso da conversão e pregam a necessidade de eliminar a presença e as manifestações demoníacas do mundo, acusando as religiões afro-brasileiras de favorecimento ao demônio, propiciando espaços privilegiados para que ele se manifeste disfarçadamente nas divindades cultuadas nesses sistemas.

Essa demonização das religiões afro-brasileiras propagada pelo neopentecostalismo já estava presente nas fases anteriores ao movimento pentecostal, entretanto, não se convocavam os “exércitos de Cristo” para saírem às ruas e impedirem rituais, ou mesmo tentar fechar terreiros, como tem ocorrido nas últimas décadas, afirma Silva (2007).

Contudo, deve-se ter em mente uma certa proximidade que o neopentecostalismo possui com a Umbanda. Não só em relação ao público de maior penetração das duas religiões – as classes mais desfavorecidas da sociedade – mas também na utilização das mesmas figuras simbólicas em seus rituais, ainda que de formas diferentes, resignificando práticas e ritos das religiões afro-brasileiras nas pregações neopentecostais.

São frequentes os rituais nas igrejas neopentecostais que se assemelham com os ritos e práticas das religiões afro-brasileiras, como, por exemplo, a bênção de rosas e óleos, a oração em copo d’água e em objetos pessoais que visam à cura dos males físicos e espirituais por meio da manipulação das energias. Ainda, existem as incorporações do “espírito santo” e a denominada fala em “língua dos anjos”, que se assemelham às incorporações de entidades e Orixás que ocorrem dentro dos terreiros de Umbanda e Candomblé.

Com relação à proximidade entre essas religiões, até então tidas como antagônicas, Silva (2007) cita os estudos de Peter Fry e Gare Howe (1975) que apontam o distanciamento

do neopentecostalismo do pentecostalismo clássico e a aproximação com a Umbanda e outras religiões afro-brasileiras. O próprio Edir Macedo⁵ (*apud* SILVA, 2007, p. 227) reconhece que:

Se alguém chegar à igreja no momento em que as pessoas estão sendo libertas, poderá até pensar que está em um centro de macumba, e parece mesmo [...] Alguém poderá pensar: “Como podem baixar esses espíritos em uma igreja, uma Casa de Deus”. É importante, antes de mais nada, termos a ciência de que as pessoas nas quais se manifestam os espíritos infernais não os encontram na igreja: estavam dentro delas.

As igrejas neopentecostais utilizam uma linguagem pejorativa e preconceituosa para tratar das religiões afro-brasileiras, vinculando a palavra macumba, que se refere a um antigo instrumento de percussão de origem africana e que hoje, de forma mais genérica e difundida na sociedade, designa os cultos afro-brasileiros, aos “espíritos infernais” e práticas demoníacas. Silva (2007) afirma que esse combate dos neopentecostais estimula o crescimento de suas igrejas em função da evasão de adeptos e clientes dos terreiros, promovendo a degeneração da imagem pública destes últimos.

Contudo, não se pode afirmar que a diminuição dos praticantes autodeclarados das religiões afro-brasileiras ocorra apenas e unicamente devido às ações de intolerância religiosa. Segundo Pierucci e Prandi (1996), as novas condições de expansão das religiões no contexto social da pós-modernidade são a grande razão do declínio:

Desde que a religião perdeu para o conhecimento laico-científico a prerrogativa de explicar e justificar a vida nos seus mais variados aspectos, ela passou a interessar apenas em razão do seu proveito individual. Como a sociedade e a nação não precisam dela para nada essencial ao seu funcionamento, e a ela recorrem apenas festivamente, a religião foi passando pouco a pouco para o território do indivíduo. E deste para o do consumo, onde se vê agora obrigada a seguir as regras do mercado (PIERUCCI; PRANDI 1996, p. 260).

⁴ Vertente das religiões evangélicas tradicionais que surge na metade da década de 70 com base na “Teologia da Prosperidade”. Tendo como precursores no Brasil os pastores Edir Macedo, R. R. Soares e Miguel Ângelo.

⁵ Edir Macedo Bezerra é bispo evangélico, escritor e empresário brasileiro. É o fundador e atual líder espiritual da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e proprietário do Grupo Record, a segunda maior emissora de televisão do Brasil.

Com a chamada pós-modernidade, aconteceram mudanças culturais que impactaram no comportamento religioso. Devido ao desenvolvimento da ciência, as religiões perderam, até certo ponto, o seu papel elucidativo e sua capacidade de determinação de sentido para o ser humano.

Guerra (2000) defende a existência de um processo crescente de transformação da religião em item de consumo, oferecido aos indivíduos no mercado de maneira semelhante a dos outros bens simbólicos, tais como estilos de vida e de identidade cultural. Dessa forma, a religião cada vez mais se segmenta e diversifica a oferta e a demanda:

A situação pluralista é, acima de tudo, uma situação de mercado. Nela, as instituições religiosas tornam-se agências de mercado e as tradições religiosas tornam-se bens de consumo. E, de qualquer forma, grande parte da atividade religiosa nessa situação vem a ser dominada pela lógica da economia de mercado (BERGER, 1985, p. 149).

Desta forma, entende-se que o crescimento religioso contemporâneo não se resume somente ao poder do conteúdo teológico ou espiritual pregado que, anteriormente, visava ensinar aos fiéis o respeito à vida e à morte, com ênfase na vida eterna. Agora, estes conteúdos são estruturados também por uma lógica mercantil que os distancia do sagrado e associa a salvação ao consumo.

Começa a se pensar a religiosidade na ótica mercadológica, transformando-a em um item para o consumo. Nesse novo cenário, com enorme pluralidade religiosa, tem início uma competição velada por novos fiéis (clientes), o que gera transformações em inúmeras organizações religiosas, que moldam os seus discursos e práticas à nova realidade. Silva (2007) questiona essa escolha das religiões afro-brasileiras como principais alvos dos ataques, uma vez que não possuem elevada representatividade na sociedade:

O ataque às religiões afro-brasileiras, mais do que uma estratégia de proselitismo junto às populações de baixo nível socioeconômico, potencialmente consumidoras dos repertórios religiosos afro-brasileiros e neopentecostais, é consequência do papel que as mediações mágicas e experiência do transe religioso ocupam na própria dinâmica do sistema neopentecostal em contato com o repertório afro-brasileiro (SILVA, 2007, p. 208).

Portanto, não se pode desconsiderar o caráter de competitividade mercadológica dos constantes discursos de ódio e ataques direcionados à Umbanda, ao Candomblé e às demais religiões afro-brasileiras.

Segundo Prandi (2004), o mercado religioso atual impõe mudanças constantes para as religiões, que nem sempre as afro-brasileiras conseguem assumir. Alega que elas ainda são agarradas às suas tradições e, por isso, não conseguem se atualizar e entrar no mercado religioso de modo competitivo e enfrentar os “concorrentes” que agem de forma agressiva, crescendo à custa das religiões afro-brasileiras. Defende, ainda, a urgente necessidade das religiões afro-brasileiras se expandirem e se posicionarem de forma mais forte no mercado religioso, como instituições competitivas frente às demais religiões existentes no Brasil, especialmente as neopentecostais que vêm crescendo rapidamente nas últimas décadas.

Nesse cenário de disputa por mercado, as religiões neopentecostais foram as que melhor souberam utilizar os princípios mercadológicos para se expandir e consolidar social e comercialmente. Com o uso das técnicas da propaganda, do marketing e de estratégias que privilegiam o uso dos meios de comunicação de massa, não só massificaram o alcance de suas pregações, como também as uniformizaram e ampliaram sua presença física, simbólica e política na sociedade. O conteúdo de suas pregações tornou-se acessível a qualquer um, em qualquer lugar, a qualquer momento. Resta saber se as religiões do segmento dito afro-brasileiro também se identificam como partes desse processo de mercantilização da fé.

2. Umbanda, mercado e marketing religioso

2.1. A Umbanda

De acordo com Brumana e Martínez, na obra *Marginália Sagrada* (1991), a Umbanda é uma religião derivada do Candomblé com profunda influência do Espiritismo e do Catolicismo popular e que se organizou oficialmente a partir da década de 1920 por intermédio de um grupo de médiuns dissidentes do Kardecismo. Convergiu com toda uma série de práticas místicas populares altamente estigmatizadas (a macumba carioca e paulista, o candomblé de caboclos, a

Jurema etc.).

Ainda, na obra *História da Umbanda – Uma Religião Brasileira, de 2010*, Alexandre Cumino⁶ destaca as raízes indígenas da Umbanda com o uso do fumo, dos chás, banhos de ervas, defumações e de outras plantas consideradas sagradas para os índios, além da utilização de outros elementos como o maracá, penachos e cocares.

Além do xamanismo caboclo e da pajelança, o rito ancestral indígena do Nordeste do Brasil conhecido como Jurema possui forte influência na Umbanda. Como afirma Cumino, alguns chegam a dizer que a Jurema é “Mãe da Umbanda”, de tanto que teria colaborado com esta.

A Umbanda é entendida como um culto de incorporação e possui entre suas divindades algumas das entidades do Candomblé, algumas vezes com ênfase no seu correlato católico com novos estereótipos, além dos espíritos de índios, pretos velhos, tropeiros, baianos, cangaceiros e outras categorias de entidades as mais diversas.

Mesmo quando se dá por certo que a cada pessoa corresponde uma entidade sagrada, seu “santo”, esta muitas vezes não está determinada ou o está de forma não concludente. De qualquer modo, quase nunca é o “santo” da pessoa quem incorpora, mas representantes dos estereótipos específicos e originários da Umbanda. (BRUMANA; MARTÍNEZ, 1991, p. 64).

Com relação ao funcionamento, Brumana e Martínez (ob. cit.), explicam que as entidades “baixam em terra” em cerimônias quase sempre públicas, realizadas várias vezes por semana tanto nos terreiros como em lugares escolhidos por suas características simbólicas: cemitérios, praias, florestas, etc. Elas o fazem segundo uma estrita codificação corporal, gestual e verbal, muitas vezes realçada por roupas características, objetos, comidas, bebidas, tabaco, etc. Sua presença na terra não tem por finalidade oferecer-se aos homens como objeto de culto, mas “trabalhar” a seu serviço, ajudar a resolver seus males e, cumprindo esta missão, elevar-se espiritualmente até chegar a um grau em que já não precisem mais incorporar.

⁶ Bacharel em Ciências da Religião pela Faculdade Claretiano e também autor das obras “Deus, Deuses e Divindades” (2004) e “Deus, Deuses, Divindades e Anjos” (2008).

Classificar a grande diversidade dos cultos umbandistas é extremamente problemático devido à multiplicidade das práticas religiosas. Entretanto, alguns teóricos da religião tentaram colocar certa ordem dentro deste universo caótico de ritos. Ortiz (1991 *apud* BANDEIRA, 1973) cita o modelo descritivo de Cavalcanti Bandeira, que estabelece quatro categorias de rituais:

- a. Primeiro feitio ou Espiritualista – O uniforme não é obrigatório. O canto e a música são raros. Frequentam-se raramente o mar e as cachoeiras. Não se aceitam imagens e pontos riscados.
- b. Segundo feitio ou Ritualista – O uniforme é obrigatório. As sessões são sempre acompanhadas de palmas e curimbas⁷. Praticam-se as obrigações (ida ao mar e às cachoeiras). Aceitam-se imagens, mas recusam-se os assentos de orixás (prática de fixação dos espíritos).
- c. Terceiro feitio ou Ritmada – Além da ritualística anterior participam os instrumentos musicais de percussão; agogô, atabaques, ocasionalmente ou de modo permanente. Aceitam-se os assentos de orixás e o terreiro é algumas vezes preparado segundo preceitos africanistas.
- d. Quarto feitio ou Ritualista e Ritmada – Utilização permanente dos instrumentos musicais. As vestes podem ser coloridas, apropriadas aos santos. As características dos preceitos africanistas são claras: em sua maioria têm terreiro preparado e assentos de orixá, por vezes consagração dos atabaques.

Ainda, realizar um levantamento de todas as partes que compõem o rito religioso é igualmente problemático. Isso se deve a característica oral de seu conhecimento, transmitido através das gerações, sem a presença de um livro nem de uma organização unificadora. Os traços sociais que se sincretizam têm sua própria significação em termos de valorização, de preconceitos, de ressentimento, de depuração (BASTIDE, 1989, p. 466).

A Umbanda se desdobra em um amplo leque doutrinário e ritualístico, mais complexo que o do Pentecostalismo, pela

⁷ Curimba, ou melhor, o curimbeiro, é o segundo cargo religioso mais importante do templo, tendo como antecedente o cargo de pai-de-santo. O termo “Curimba” define o grupo de pessoas que louvam na Umbanda, através do canto e percussão de atabaque e/ou tumbadora, os Orixás.

forma como se aproxima ou se distancia da sua raiz africana.

Dessa forma, Ortiz (1991) estabelece um recorte de classificação dos cultos umbandistas estabelecido a partir das análises de Roger Bastide, Cândido Prociópio e Beatriz de Souza, considerando a complexidade destes rituais e o gradiente religioso entre esses dois polos: o mais ocidentalizado e o menos ocidentalizado (africanizado). O polo menos ocidentalizado se encontra mais próximo das práticas africanas, enquanto o mais ocidentalizado se distancia.

Encontra-se no polo mais ocidentalizado uma maior integração com a ideologia social dominante, com grande aproximação da classe média, e no polo que se distancia desses “valores legítimos” nota-se uma integração muito menor, com maior aproximação das classes populares.

Contudo, conforme explicita Ortiz (ob. cit.), é difícil falar de proximidade entre a Umbanda e cultos afro-brasileiros, pois, se trata, sobretudo, de um distanciamento entre elas, uma ruptura em relação ao Candomblé, que, por sua vez, se desenvolve como uma forma de resistência social.

Talvez o traço que mais une os dois polos é que a Umbanda, assim como o Candomblé, não possui livros ou escrituras sagradas para a manutenção, unificação e preservação das suas práticas espirituais, baseando a transmissão de seus ensinamentos na tradição, oralidade e ancestralidade.

2.2. Mercado Religioso

O conceito de “mercado religioso” é proposto por Berger (1985) no seu estudo sobre a secularização. A separação entre Estado e Igreja pôs fim ao monopólio da igreja Católica na sociedade, possibilitando o surgimento do pluralismo religioso e relegando ao caráter privado a escolha religiosa do indivíduo. Essa teoria parte da constatação do pluralismo religioso para chegar à conclusão de que as religiões, no contexto das sociedades pós-modernas, são dominadas pela lógica do mercado.

A característica-chave de todas as situações pluralistas, quaisquer que sejam os detalhes de seu pano de fundo histórico, é que os ex-monopólios religiosos não podem mais contar com a submissão de suas populações. A submissão é voluntária e, assim, por definição, não é segura. Resulta daí que a tradição religiosa, que antigamente podia ser imposta pela autoridade, agora tem que ser colocada

no mercado. Ela tem que ser ‘vendida’ para uma clientela que não está mais obrigada a ‘comprar’. A situação pluralista é, acima de tudo, uma situação de mercado. Nela, as instituições religiosas tornam-se agências de mercado e as tradições religiosas tornam-se commodities de consumo. E, de qualquer forma, grande parte da atividade religiosa nessa situação vem a ser dominada pela lógica da economia de mercado (BERGER, 1985, p.149).

Diante desse novo cenário, onde o Estado deixa de financiar qualquer que seja a instituição religiosa, não se pode desconsiderar a mercantilização dos produtos e serviços oferecidos por elas para sua manutenção e sobrevivências.

Se antigamente a igreja Católica realizava a venda de indulgências, hoje a oferta no mercado religioso vai desde itens clássicos como terços e imagens sacras, passando por bênçãos e orações, indo até aos itens e serviços mais modernos como CDs, DVDs e até mesmo ingressos para shows-pregações em estádios de futebol. Tudo isso com o intuito intrínseco de atrair mais fiéis e, conseqüentemente, mais consumidores.

Dessa forma, não se pode ignorar a Teologia da Prosperidade, que segundo Bertone de Oliveira Sousa⁸, prega uma abordagem da Bíblia e de vivência da religião que rompe com a ética protestante presente no protestantismo histórico e com os temas comuns às religiões cristãs, como a caridade, a salvação e a rejeição dos prazeres mundanos.

A Teologia da Prosperidade se consolidou como movimento doutrinário em 1970, vindo a ser disseminada no Brasil com o surgimento das igrejas neopentecostais e com o uso ostensivo dos meios de comunicação, especialmente a televisão, com a ampliação de programas e emissoras evangélicas, ganhando cada vez mais adeptos em todas as camadas sociais.

Em relação às religiões afro-brasileiras, Prandi (2004) entende que elas funcionam também como agências de serviços mágicos, pois oferecem a possibilidade de encontrar a solução para problema não resolvido por outros meios, sem maiores envolvimento com a religião. Essa magia passou a atender a uma larga clientela, das mais diversas religiões e categorias, com o jogo de búzios, os ebós, as amarrações, as

⁸ Doutorando em História pela Universidade Federal de Goiás. Professor Assistente do curso de História da Universidade Federal do Tocantins, campus de Araguaína. Bolsista pela CAPES.

leituras de tarô e as consultas com as entidades.

Brumana e Martínez (1991) também abordam a ideia da casa de Umbanda como uma agência provedora de bens e serviços místicos, afirmando que os praticantes agem como mediadores que possuem a função de dar garantias sobre a qualidade de um terreiro e colaborar com o ingresso na religião, construindo uma rede de clientes.

As redes operam, desta forma, como um intermediário informal entre indivíduos e agências, tanto um mecanismo de recrutamento para estas como uma espécie de resistência, contrapeso e controle do particular monopólio estabelecido em cada terreiro e a radicalidade individualizante da relação com seu chefe. (BRUMANA e MARTÍNEZ, 1991, p. 226).

Portanto, não se pode negar o fato de que hoje existem instituições religiosas, ou setores delas, que atuam submetidas à lógica do mercado. Ao contrário de antes, quando as esferas da vida social estavam subordinadas à religião. Porém, não há consenso sobre tal abordagem, muitos zeladores de terreiros ou casas de Umbanda fazendo questão de preservar suas práticas da influência desta mercantilização, contentando-se com casas pequenas e pouco frequentadas, confiando apenas em seu poder pessoal de encantamento. É o que veremos com as entrevistas mais adiante.

2.3. Propaganda e marketing nas religiões

Nos últimos anos, o espaço dos programas religiosos na programação televisiva brasileira vem crescendo. Segundo dados da pesquisa realizada pela Agência Nacional do Cinema (ANCINE) em 2009, este tipo de programação chega a ocupar 30% da grade em algumas emissoras. Pode-se analisar, com esse cenário, o surgimento de uma nova modalidade de experiência religiosa mediada pelos veículos de comunicação.

Apesar de parecer recente, a utilização dos meios de comunicação pelas igrejas é algo que já acontece há alguns anos, sendo a igreja Católica sua precursora. Nos anos 70, Hugo Assmann cria a expressão “Igreja Eletrônica”, para se referir à utilização dos meios eletrônicos, mais especificamente a televisão e o rádio, para divulgação de programas religiosos. Contudo, atualmente, nota-se uma grande mudança na forma de trabalho das instituições religiosas dentro desses canais

de comunicação.

Debord (2003) aponta a hiper valorização dos aspectos visuais dos cultos. Diante deste fenômeno, o universo religioso estimula a construção de novas imagens, não dos ícones tradicionais e conhecidos das religiões, mas de padres e pastores que agem como estrelas do show business.

O fato de um líder religioso cuidar da imagem não se restringe apenas a zelar pela reputação, para Klein (2006), essa atitude possui um caráter muito mais mercadológico e a utilização de técnicas de oratória, regras de apresentação e toda a produção para executar verdadeiros espetáculos, com intuito de cativar grandes plateias e atrair novos fiéis, confirmam seu pensamento.

Um dos pioneiros na utilização das técnicas de propaganda e marketing no cenário religioso é a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), que hoje possui mais de dois milhões de membros e carrega em seu histórico a aquisição do Grupo Record, uma das maiores emissoras de televisão do país.

Durante os últimos anos a emissora tem investido na telenovela, criando superproduções com roteiros bíblicos e tornando as histórias mais acessíveis ao grande público brasileiro, que não possui o hábito da leitura. Novelas como *Sansão e Dalila*, *José do Egito*, *A Terra Prometida*, e *Os Dez Mandamentos* tornaram-se os grandes sucessos da emissora, conquistando o público e angariando audiência muitas vezes superior às das tradicionais produções da Rede Globo.

Em janeiro de 2016, a novela *Os Dez Mandamentos* foi adaptada para o cinema. Uma compilação de cenas exibidas na novela da Rede Record, com a inclusão de algumas cenas inéditas se tornou a maior bilheteria do cinema nacional.

Apesar de não fazer parte do estudo deste artigo, cabe registrar que essa enorme bilheteria foi alvo de polêmicas. Matérias de jornais e revistas afirmam que ingressos eram distribuídos gratuitamente em cultos. Ainda, houve relatos de que um pastor vinculado a IURD teria comprado todos os assentos de uma sala de exibição, no valor de aproximadamente R\$ 4.100,00, em dinheiro vivo.

Além dessas estratégias utilizadas para conquistar e aproximar o “produto” e a “marca” do seu público, também se

nota ações realizadas pela IURD para reter seus clientes.

Nesse sentido e, visando “facilitar” a vida do fiel, a IURD permite o pagamento do dizimo⁹ por meio de cheques, cartões, boletos bancários e cartão de crédito, com várias máquinas espalhadas pelo templo que são levadas até o assento do cliente.

A Igreja Universal do Reino de Deus inaugurou em 2014, uma réplica do Templo de Salomão¹⁰, com dimensões superiores às da maior Igreja Católica da cidade de São Paulo, a Catedral da Sé, e aproximadamente duas vezes a altura do Cristo Redentor. O mega templo funciona como a sede mundial da IURD e reafirma o seu poder político e econômico.

É importante saber que o dirigente da Igreja já foi alvo de acusações de charlatanismo, estelionato e lesão à credence popular. Em 2007 a Polícia Federal abriu investigação contra Edir Macedo pela suposta prática de crimes de falsidade ideológica contra a fé pública, sonegação fiscal e lavagem de dinheiro. Em meio a polêmicas e controvérsias, a IURD desenvolve uma nova marca de liderança em relação às demais denominações evangélicas, com diferenciais de produtos e grande presença no mercado religioso, expandindo e consolidando suas práticas.

3. E o que dizem os dirigentes de terreiros?

No intuito de entender o posicionamento dos umbandistas a respeito das noções de mercado religioso, mercantilização da fé, marketing religioso e técnicas de Comunicação, foram realizadas seis entrevistas com reconhecidos praticantes, dirigentes de Casas de Umbanda e demais religiões afro-brasileiras em Brasília, seguindo um roteiro de perguntas pré-estabelecido e aberto. Com a falta de números confiáveis e as dificuldades em classificar as religiões afro-brasileiras, pareceu-nos que uma pesquisa qualitativa permitiria uma aproximação ao assunto, sem pretensão a conclusões generalizantes, mas como bases para a reflexão inicial.

9 Tributo, originalmente de 10% da renda, que os fiéis pagavam à Igreja como obrigação religiosa.

10 O Templo de Salomão foi, segundo a Bíblia hebraica, o primeiro Templo em Jerusalém, construído no século XI a.C., e teria funcionado como um local de culto religioso.

Durante o levantamento de dados em campo, observamos e tentamos identificar o tipo de Umbanda praticada pelos entrevistados, por meio do modelo descritivo de Renato Ortiz, para contextualizar o discurso e evitar as generalizações.

Ressaltamos que a escolha dos entrevistados se deu pelo conhecimento sobre as religiões afro-brasileiras, tempo de atuação e reconhecimento como referências no assunto dentro do cenário Umbandista/Candomblecista da Capital Federal. Dirigimo-nos a pessoas que já tivessem mais de dez anos de atuação na liderança de uma casa. As casas eram de regiões do Distrito Federal e Entorno diversificadas e, embora seja conhecido que a Umbanda possui mais líderes homens do que mulheres, também quisemos ter entre nossos entrevistados, pessoas do sexo feminino.

Para contextualizar, segue abaixo um breve resumo sobre cada um dos entrevistados¹¹, com o histórico de atuação, seguido dos resultados da classificação da Umbanda praticada e da interpretação das entrevistas:

Pai Francisco possui histórico dentro das religiões cristãs e atua no Candomblé desde 1997, é dirigente de terreiro desde 2005. Localizada na cidade de Águas Lindas de GO, sua casa teve início com as práticas Candomblecistas e, posteriormente, abriu as sessões de Umbanda para atendimento à comunidade.

Pai Galvão tem mais de 30 anos de prática na Umbanda e no Candomblé, possui grande conhecimento sobre as religiões afro-brasileiras. Atualmente, é dono de uma loja de artigos religiosos no DF, e dirigente de um terreiro, no Gama-DF.

Pai João possui grande atuação política no Distrito Federal. Com mais de 35 anos de práticas afro-religiosas, iniciou na Umbanda, passou pelo Candomblé e hoje se dedica aos cultos tradicionais Africanos numa cidade satélite do DF.

Mãe Dadá é a dirigente de um tradicional terreiro em Brasília e atua na Fundação Cultural Palmares. Em 2015, assistiu o barracão de seu terreiro ser destruído por um incêndio criminoso em mais um dos crescentes atos de intolerância religiosa que ocorrem no País.

11 Utilizamos aqui nomes fictícios para preservar a identidade das pessoas que se dispuseram a participar da pesquisa.

Manoel falou em nome do uma casa que se define como Centro Espírita e funciona em Brasília. O terreiro é localizado em área nobre da cidade e atende aproximadamente 300 pessoas por sessão.

Cristóvão é um dos atuais dirigentes de um também renomado terreiro da cidade que existe há 40 anos.

Baseado no modelo descritivo de Renato Ortiz, as práticas Umbandistas realizadas pelo Francisco e por Pai Galvão possuem grande proximidade com o Candomblé, utilizando a consagração dos atabaques e assentos de orixás ou entidades, portanto, pode-se considerar como Umbanda menos ocidentalizada, classificada como Ritualística e Ritmada.

No que diz respeito às práticas Umbandistas dos terreiros situados em áreas nobres da cidade, notou-se uma aproximação maior com os preceitos do espiritismo kardecista, portanto, mais ocidentalizada. Essa aproximação é extremamente forte e faz com que as casas se identifiquem como centros espíritas e não como terreiros ou centros de Umbanda, apesar de suas práticas. Os médiuns precisam estar uniformizados com roupas brancas e não é realizado o assento de orixás ou entidades. Porém, os médiuns trabalham com incorporações de entidades de Umbanda, como Pretos-Velhos e Caboclos. É uma mescla entre os conceitos Espiritualista e Ritualístico.

Apesar de suas trajetórias dentro da Umbanda, tanto a Mãe Dadá quanto Pai João não praticam a religião atualmente, sendo exclusivos das práticas de Candomblé e ritos tradicionais Africanos, respectivamente.

3.1. Situação da Umbanda no Brasil: polissincretismo

Todas as entrevistas foram iniciadas com a mesma pergunta para uma melhor compreensão sobre a visão do entrevistado no que se refere à situação da Umbanda no país e, até certo ponto, validar a pesquisa realizada anteriormente sobre a religião e sua inserção na sociedade brasileira.

Nas respostas são mencionados aspectos como a pluralidade das práticas Umbandistas, os níveis de aceitação das práticas perante a sociedade, os avanços e conquistas sociais dos oprimidos e minorias nos últimos anos, em especial, dos negros e dos povos de terreiro e o reconhecimento da crescente onda de intolerância e preconceito no país.

Pai Francisco relatou a existência das várias Umbandas e expressou a necessidade de criação e consolidação de concei-

tos dentro de cada grupo religioso e também entre os povos de terreiro. Vislumbrou uma maior consciência social sobre o respeito e tolerância religiosa, com reafirmação, empoderamento e entendimento das identidades negras no Brasil. Entretanto, alerta sobre os riscos da dogmatização da religião, que poderia colocar em risco a sua diversidade.

Sobre a pluralidade da Umbanda, Pai João explicou como ocorreu essa profusão de práticas dentro da religião. Segundo ele, alguns anos atrás existiam apenas a Umbanda tradicional e a “mesa branca”. Em virtude do caráter acolhedor e agregador da religião, vários praticantes começaram a decodificar a Umbanda introduzindo conceitos do ocultismo e de outras manifestações de fé, como o catimbó, o omoloko, pajelança e etc. Afirma, ainda, que não se sente seguro em colocar uma placa informando que em sua casa funciona um terreiro de práticas afro-brasileiras, por medo dos ataques morais e materiais que poderia sofrer.

Pai Galvão considerou que, apesar dos ataques e do preconceito que sofre até hoje, a Umbanda e as demais religiões afro-brasileiras vivem o seu melhor momento. Para ele, a religião é até bem vista, uma vez que atende a pessoas da alta sociedade e muitas celebridades. Abordou em sua fala, a falta de integração entre os templos, terreiros e casas e afirmou a existência de um certo nível de perseguição também dentro da religião. Relatou ainda a atual banalização e mercantilização da Umbanda. Podemos inferir a partir dessa fala, um tanto contraditória aparentemente, que a contradição é própria da Umbanda: o discurso é, muitas vezes, denotador de preconceito; mas na prática, muitas pessoas frequentam de forma assídua o que elas mesmas dizem desprezar.

Por sua vez, Manoel, falando em nome de sua casa, não reconheceu essa pluralidade da Umbanda e também não a reconhece como religião essencialmente brasileira, alegando que a Umbanda é mais antiga que o judaísmo. Afirma que existem diferentes práticas religiosas, oriundas de uma mesma raiz comum, diferenciadas apenas pelas suas práticas.

Cristóvão, em nome da casa que dirige, exaltou o caráter agregador da Umbanda frente às outras religiões, reconhecendo os efeitos das perseguições e preconceitos, mas os caracteriza muito mais como um problema de cunho social, muito mais que religioso.

Por fim, Mãe Dadá, que teve sua casa de Candomblé incendiada em um ato criminoso, afirmou que “todo brasileiro

tem uma linha com a Umbanda”. Ela baseia sua afirmação na construção social e cultural brasileira. Ainda, afirma que apesar disso, essa raiz não é reconhecida e valorizada e ainda sofre com a ignorância da sociedade.

Ao analisar todas as falas, notou-se um contraponto sobre a necessidade de “ocultamento” ou invisibilidade das casas ou terreiros. Enquanto aquelas que são mais próximas do Candomblé se escondem afirmando que ainda não são totalmente aceitas dentro da sociedade, os umbandistas mais próximos do Kardecismo, como é o caso de duas casas em áreas urbanas e nobres de Brasília, devidamente identificadas.

Com relação aos ataques que a Umbanda ainda sofre, é importante frisar o caráter étnico racial desse preconceito. Por ser uma religião que possui uma matriz negra e com raízes na África, além de sua ancestralidade indígena, ela ainda sofre com os estigmas criados dentro de uma sociedade racista.

Notou-se que, na visão dos próprios entrevistados, a pluralidade das práticas Umbandistas é imensurável e inesgotável, onde cada Casa é singular e ainda não existe um entendimento nem mesmo entre as próprias Casas e praticantes, o que inviabiliza qualquer estudo ou análise única sobre a totalidade da manifestação religiosa umbandista.

3.2. Censo IBGE X Realidade

Todos foram unânimes em reafirmar que os dados do Censo Demográfico do IBGE não refletem a realidade da quantidade de praticantes da Umbanda no Brasil e que uma diminuição na quantidade de praticantes e frequentadores não existe. Chegaram a mencionar possíveis interesses públicos em invisibilizar as práticas afro-brasileiras no País, uma vez que os Terreiros estão cada vez mais cheios e que a procura por orientação espiritual, passes e demais trabalhos vem crescendo dia após dia, se intensificando nos momentos de crise social, política, econômica, dentre outras.

Pai João e Mãe Dadá criticaram a forma como é realizada a pesquisa do Censo que acontece por amostragem e lançaram dúvida sobre a credibilidade dos números apresentados pelo IBGE em virtude da falta de transparência na apuração.

Pai João afirmou que até mesmo os evangélicos não aceitam o Censo de 2010, pois afirmam que hoje a quantidade de adeptos no Brasil supera a dos católicos. Para reafirmar

sua desconfiança com o Censo, citou como exemplo, a pesquisa realizada pelo IBGE em 2010 na casa de Mãe Márcia de Oxum, em São Gonzalo-RJ. Chegando ao terreiro, que ocupa 40 lotes, o pesquisador do Censo informou que e a pesquisa seria realizada somente com uma pessoa a cada vinte lotes. Após muita conversa, a pesquisa foi realizada em todos os lotes, porém, a pergunta sobre a religião, que é opcional, não foi feita.

Ressaltou, ainda, a existência de praticantes das religiões afro-brasileiras que não se identificam no Censo como tal, por medo da perseguição religiosa dentro dos locais de trabalho, tendo em vista a necessidade de se manterem no mercado.

Mãe Dadá mencionou os resultados da campanha “Quem é do Axé diz que É”, que, além de buscar a conscientização dos povos de Terreiro, realizou uma apuração extraoficial do número de praticantes das religiões afro-brasileira e chegou a uma quantidade muito maior da apurada pelo IBGE no mesmo período. Não encontramos dados publicados sobre essa apuração.

Como uma forma de contornar esse cenário, Pai João reforçou a necessidade do correto mapeamento das Casas de matrizes africanas, campanhas de conscientização e de esclarecimento para a sociedade. Nesse sentido, Francisco reforçou a necessidade da construção conceitual dentro da Umbanda, sistematizando a base teológica e reafirmando as identidades.

Nota-se, portanto, que o baixo índice de praticantes autodeclarados pode ser atribuído ao medo do preconceito, da perseguição e da falta de identidade e identificação com as práticas religiosas afro-brasileiras. Ainda hoje, existem praticantes que não se reconhecem como tais, fenômeno que pode ser associado ao sincretismo religioso, base da cultura brasileira. Associado a isso, também pode ser aventada a possibilidade de falta de interesse dos representantes do próprio Estado, através dos seus órgãos de pesquisa, em conhecer e reconhecer sua realidade. Mas esta é uma questão mais complexa para ser estudada aqui.

3.3. Umbanda e mercado religioso

A relação entre a Umbanda e o mercado religioso foi considerada a pergunta mais importante da pesquisa uma vez que trouxe novos olhares sobre a necessidade da Umbanda se posicionar dentro do mercado religioso e esclareceu o entendimento de que vivemos em um momento onde todas as instituições sociais estão, em certo nível, subordinadas à lógica capitalista.

Manoel não reconheceu o termo “mercado religioso” e afirmou que não há esse tipo de posicionamento entre os espiritualistas¹². Em suas palavras, “não existe concorrência, não existe busca por uma clientela em religião. Nós espíritas, nem mesmo professamos a ideia do catecismo, a ideia da evangelização. Estamos abertos para aqueles que queiram co-mungar de nossas práticas”.

Para Pai Galvão, não há necessidade de um posicionamento mercadológico como afirma Prandi (2004). Em sua loja, Pai Galvão trabalha com a lógica de mercado de bens e não do mercado da fé, por mais que os produtos ali vendidos sejam artigos religiosos. Afirmou que a necessidade urgente da Umbanda é de uma maior união entre os seus praticantes que precisam reafirmar suas práticas de fé e suas identidades antes de qualquer outro tipo de organização.

Cristóvão também não vislumbrou a necessidade de um posicionamento mercadológico e ainda levantou a dificuldade de um posicionamento único, caso existisse, em virtude da pluralidade das práticas e da autonomia de cada Centro ou Terreiro. “Cada Casa tem sua regra. Seguimos o amor e a caridade, mas cada Casa tem seu regimento interno que pode divergir de Casa para Casa”.

Segundo Pai João, a forma de inserção e implantação das religiões afro-brasileiras no Brasil acabou por fragmentar seu alcance social e econômico. A disputa de poder dentro da religião impede que a capacidade de consumo das Casas seja convertida em poder de negociação dentro do mercado e que seja reconhecido politicamente. Afirmou que os maiores consumidores de vela, charuto e canjica branca são os Terreiros, mas que isso não é convertido a favor da religião.

Pai Francisco concordou com Prandi (op. cit) e afirmou que os Terreiros precisam sim de um posicionamento, mas

não no sentido de taxar suas práticas de forma monetária, mas de minimamente se conceituar. Fez questão também de reafirmar que na sociedade não existe nenhuma instituição que possa ficar à margem do sistema financeiro, uma vez que os Terreiros e Casas precisam se manter em funcionamento, mas que a Umbanda é em primeiro lugar a prática da caridade e do amor de Cristo.

Não existe um consenso sobre a real necessidade de um posicionamento mercadológico da Umbanda. Notou-se que um posicionamento padronizado não seria possível, não só em virtude da sua própria estrutura, mas também em razão da sua multipluralidade de práticas.

Contudo, pode-se concluir que um posicionamento mercadológico não está diretamente vinculado à continuidade ou expansão das práticas Umbandistas, uma vez que, conforme afirmaram os entrevistados, a religião continua a crescer anualmente sem a necessidade de qualquer ação voltada diretamente para o mercado.

3.4. Defesa e Organização Política

Para Pai Galvão, não existe a necessidade de posicionamento para esse tipo de defesa, mas sim de esclarecimento das práticas realizadas nos terreiros e nas casas de Umbanda. Em suas palavras, “algumas igrejas evangélicas são mais macumbeiras que a gente! Só trabalham com a Pomba Gira, com Exu. Mas continuam realizando suas práticas e não são estigmatizadas como nós”.

Manoel afirmou que essa não é, e nunca será, uma preocupação latente da Umbanda, mas que o respeito e a manutenção dos direitos constitucionais devem ser preservados. Sobre as acusações de favorecimento das práticas demoníacas, que os neopentecostais disseminam em suas campanhas difamatórias, ele afirma “não fazemos e eles não provam que fazemos. Somos abertos para que todos que tenha interesse venham conhecer nossas práticas, e eles vêm! Não há necessidade de contestar afirmações pueris”. Alegou também, não vislumbrar como uma organização política espiritualista conseguiria representar a todos.

Mãe Dadá defendeu as organizações políticas dentro das religiões afro-brasileiras e afirmou que o povo de Terreiro precisa ser mais ativo em cobrar seus direitos e se defender

¹² Denominação comum a várias doutrinas filosóficas e/ou religiosas que tem como fundamento básico a afirmação da existência do espírito (ou alma) como elemento primordial da realidade bem como sua autonomia, independência e primazia sobre a matéria.

das alegações difamatórias. Para ela, esses ataques têm o intuito de amedrontar e retirar as pessoas dos Terreiros. Ela brinca com a situação, dizendo que nunca conheceu e nem reconhece o demônio criado dentro das igrejas evangélicas: “Eles precisam dar conta desse capeta, desse demônio que eles criaram dentro das igrejas deles”.

Cristóvão considerou que, “se a questão social não mudar, não será um posicionamento ou organização política que irá mudar”. Leva o problema dos ataques para o campo jurídico e social, afirmando que este problema extrapola as competências religiosas e que deve ser tratado como o crime que é.

Francisco concordou com a necessidade de certo nível de organização política, no intuito dos povos de Terreiro buscarem a garantia dos seus direitos, mas não concorda caso ela siga o modelo de busca de poder, tal como realizada hoje pela bancada evangélica¹³. De todo modo, reafirmou que o grande problema não é a falta de organização política, mas a falta de conceitos básicos pré-estabelecidos que alinhem o discurso entre os povos de Terreiro.

Pai João, que é reconhecidamente um militante político das religiões afro-brasileiras e defende a construção de um conjunto político organizado para a busca e defesa dos direitos e a diminuição da intolerância religiosa no país, reconheceu as dificuldades de uma efetiva organização devido à estrutura da religião e também pela falta de interesse dos povos de Terreiro pela pauta.

Notou-se que qualquer organização ou tentativa de unificação das religiões afro-brasileiras, em especial da Umbanda, seria problemática e incorreta devido à sua pluralidade, mas não pode deixar de destacar a necessidade social de defesa dos direitos constitucionais de qualquer cidadão manifestar livremente suas práticas de fé.

3.5. Marketing na Umbanda

Todos os entrevistados foram unânimes em apontar as diversas dificuldades, tanto estruturais e teológicas quanto financeiras para a utilização de estratégias de marketing como fazem os neopentecostais.

Começando pela própria lógica da Umbanda que é plu-

ral e que não prevê a conversão, a utilização dos meios de comunicação de massa para uma possível uniformização de conduta, se mostra impossível e financeiramente inviável.

Apontam os altos custos financeiros para a utilização dos meios de comunicação de massa, valores que as Casas e Terreiros não teriam para sustentar uma programação ou até mesmo comprar espaços nessas mídias.

Ainda questionaram: “caso existam recursos financeiros suficientes, de qual Umbanda sealaria? O que sealaria? Como sealaria?” Ao contrário do que acontece nas religiões cristãs que se aprende pela teoria, a Umbanda é essencialmente uma religião de práticas mágicas e incorporativas que só podem ser aprendidas dentro dos Terreiros e Casas.

3.6. A Internet

Todos os entrevistados concordam com a utilização da Internet para a divulgação das Casas e também para espalhar as mensagens de paz, amor e fraternidade que são praticadas, mas alertam para o uso indevido desse meio quando se é utilizado para ensinar fundamentos e práticas.

Pai Francisco afirma que a Internet não pode ser usada como um meio para ensinamentos ou consultas, mas sim como um meio de esclarecimento que propague as palavras das entidades e dos Orixás. Contudo, alerta para os perigos das ações negativas que acontecem dentro da Internet, como campanhas para negar os conteúdos postados e até mesmo retirar de circulação sites que falem sobre a Umbanda. Utiliza a Internet para divulgar suas palestras sobre espiritualidade e religião por meio do seu canal no YouTube e um blog, onde também faz relatos de suas experiências de vida dentro dos preceitos da religião e espalha as mensagens de paz e sabedoria das entidades.

Cristóvão alertou para o cuidado que devemos ter ao buscar conteúdos na Internet, por não conhecermos a procedência das informações ou quem realmente está divulgando tal conteúdo. Segundo ele, muitos charlatões se utilizam dos momentos de fragilidade das pessoas para aplicar golpes pela Internet.

Mãe Dadá ressaltou a responsabilidade que se deve ter ao colocar qualquer conteúdo religioso na Internet, em específico sobre os ritos e práticas da Umbanda e do Candomblé. Para ela, quando uma pessoa tenta ensinar qualquer prática

¹³ Termo aplicado a uma frente parlamentar instalada no Congresso Nacional composta por políticos evangélicos de partidos políticos distintos.

pela Internet, “não está autorizada a fazer aquilo. Ele não tem competência para fazer... Não pode! Só quem passa pela vivência e pelos sacrifícios de um Terreiro pode fazer! Vai que você pega seu Odu¹⁴ num momento negativo, você pega um banho daquele que você viu na Internet, joga em cima você... amanhã sua vida tá arrasada. Eu não posso simplesmente detonar a vida de uma pessoa com um botão. Essas pessoas que fazem isso não têm responsabilidade, elas querem nome e não sabem por onde conseguir. Elas querem aparecer e colocar a vida das outras pessoas em risco”.

Para Manoel e Pai Galvão, a Internet deve funcionar para a Umbanda como um meio de informações de ordens práticas, indicando livros, listando as regras das Casas e Terreiros para novos visitantes, horas de funcionamento e etc. Tanto Pai Galvão quanto a casa que dirige possuem páginas no Facebook com indicações do endereços, telefones e e-mails para contato.

4. Considerações finais

Primeiramente, é importante ressaltar o caráter inicial desta pesquisa e a dificuldade em se falar, neste momento, sobre uma possível conclusão. As possibilidades de desdobramentos e ramificações fazem com que este documento seja apenas o princípio de uma longa jornada de pesquisas, aprofundamentos e experiências.

Contudo, pode-se compreender a origem da Umbanda e das construções sociais que a cercam, entendendo de que forma as suas raízes, indígenas e negras influenciam na percepção social de suas práticas. Nesse sentido, é importante frisar que, a origem desse preconceito vai muito além da falta de identificação com as práticas afro-brasileiras, pois tem suas raízes em questões étnicas e raciais ainda mal resolvidas no país. Apesar da grande mistura de povos e etnias que construíram o Brasil, as consequências históricas da desvalorização e marginalização das culturas indígena e negra ainda são sentidas amplamente.

Nota-se o preconceito com a cultura negra quando analisamos expressões que ainda hoje são comumente utilizadas

na língua portuguesa, que vinculam a cor negra a algo ruim ou inferior ao branco, como, por exemplo, “a coisa tá preta”, “serviço de preto” ou até mesmo a expressão “magia negra” tida como a magia ruim, utilizada para denominar as práticas do Candomblé e outras religiões afro-brasileiras.

Com essa pesquisa, podemos afirmar que a Umbanda está sim inserida em um sistema capitalista, porém, isso não representa uma real necessidade de posicionamento dentro do mercado para continuidade de suas práticas. Além disso, de acordo com nossos entrevistados, não existe a necessidade, ou até mesmo vontade, de expansão de suas práticas ao contrário do que afirma Prandi (ob. cit.).

Por outro lado, a Umbanda está inserida em um sistema caótico, refratário a qualquer forma de ordenamento ou unificação. A pluralidade de suas práticas e a autonomia das Casas e Terreiros faz com que essa religião possua uma vasta gama de práticas e direcionamentos da fé, mas também sociais e políticos. Não se pode falar da existência da Umbanda, mas sim, de várias Umbandas.

Embora se apresente como uma instituição de resistência ao sistema capitalista, apesar de estar inserida nele e precisar do dinheiro para manter as Casas e Terreiros em funcionamento, não busca por lucro ou arrecadação de bens materiais, não tem sua doutrina direcionada à acumulação de riquezas ou mesmo à busca ou conversão de adeptos. A base da mentalidade Umbandista é a fé na força do espírito e a caridade.

Contudo, não se pode deixar de mencionar o caráter de agências de bens e serviços mágicos que também possuem, atendendo às necessidades dos indivíduos quando as demais religiões se demonstram ineficazes na solução dos seus problemas. Por mais que essa função não seja assumida, pode-se notar nas falas dos entrevistados quando afirmam atender indivíduos de todas as religiões que buscam a Umbanda para resolverem seus problemas.

Faz-se necessário salientar que os estudos sobre a comunicação social e as religiões precisam ser aprofundados, não somente no que diz respeito à utilização dos meios de comunicação de massa, e não somente nas religiões com maior quantidade de adeptos, mas também naquelas manifestações de fé que contribuíram e contribuem para a construção da cultura brasileira. É preciso aprofundar as pesquisas que se referem às questões de representação, representatividade e

¹⁴ O “caminho”, que se vê no jogo de búzios e pode ser interpretado como uma informação sobre o destino ou aquilo que é passível de acontecer em determinado momento da vida.

discursos da religiosidade e confrontá-las com questões sociais e da formação histórica da cultura brasileira, particularmente das relações étnico-raciais.

Por fim, registra-se que a Umbanda e as demais religiões afro-brasileiras não são vivenciadas somente nos terreiros, nas casas e templos, mas estão enraizadas na cultura brasileira e ajudaram a construí-la. Estão presentes na culinária, na dança, nas festas, na cultura e até mesmo em outras manifestações religiosas que acontecem no País. Como afirma Mãe Dadá, “todo brasileiro tem uma linha com a Umbanda”.

Referências

ANCINE. Programas religiosos e de telecompras exibidos na TV em 2009. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/media/SAM/2009/MonitoramentoObrasLongaMetragem/610.pdf>>. Acesso em: 03/jun. 2016.

BASTIDE, R. (1989) As Religiões Africanas No Brasil. Contribuição A Uma Sociologia Das Interpenetrações De Civilizações. 3ª edição. Livraria Pioneira Editora. São Paulo.

BERGER, Peter L. (1985) O Dossel Sagrado: Elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo, Editora: Edições Paulinas.

BRUMANA, Fernando; MARTÍNEZ, Elda. (1991) Marginalia Sagrada. São Paulo, Editora UNICAMP.

CAMPANHA para o censo 2010. Quem é de axé diz que é! Disponível em: <<http://www.palmares.gov.br/?p=4104>>. Acesso em: 03/jun. 2016.

CUMINO, Alexandre. (2010) História da Umbanda – Uma Religião Brasileira. São Paulo, Editora: Madras.

DEBORD, Guy. (2003) A Sociedade do Espetáculo. Editora: eBooksBrasi.com. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>> Acesso em: 03/jun. 2016.

GUERRA, Lemuel D. (2000) Mercado Religioso no Brasil:

Competição, Demanda e a Dinâmica da Esfera da Religião. Recife, Repositório da UFPE.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico e Contagem da População: Tabela 2094 - População residente por cor ou raça e religião. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?c=2094&n=O&u=O&z=cd&o=10&i=P>>. Acesso em: 03/jun. 2016.

IPHAN (2016). Projeto mapeia terreiros de candomblé em Curitiba (PR). Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/3462/projeto-lugares-de-axe-mapeia-terreiros-de-candomble-de-curitiba-e-regiao-metropolitan>>. Acesso em: maio

KLEIN, A. (2006) Imagens de culto e imagens da mídia: interferências midiáticas no cenário religioso. Porto Alegre: Sulina, 2006.

OLIVEIRA, Livio Luiz Soares de; BALBINOTTO NETO, Giácomo. (2016) A teoria do mercado religioso: evidências empíricas da literatura. 2013. Disponível em: <<http://mpr.ub.uni-muenchen.de/51717/>>. Acesso em: 03/jun.

ORTIZ, Renato. (1991) A Morte Branca do Feiticeiro Negro. São Paulo: Editora Brasiliense, 2ª edição.

PRANDI, Reginaldo. (2004) O Brasil com axé: candomblé e umbanda no mercado religioso. In: Estudos Avançados (18) 52.

SANTOS, Jocélio T. dos. (2016) Os candomblés da Bahia no século XXI. (s.d). Disponível em: <http://www.terreiros.ceao.ufba.br/pdf/Os_candombles_no_seculo_XXI.pdf>. Acesso em: 03/jun.

SILVA, Vagner Gonçalves da. (2007) Neopentecostalismo e religiões afro-brasileiras: Significados do ataque aos símbolos da herança religiosa africana no Brasil contemporâneo. In: Mana. Estudos de Antropologia Social, Rio de Janeiro, Museu Nacional, 13 (1), p. 207-236.

SOUSA, Bertone de O. (2016) A Teologia da Prosperidade e a Redefinição do Protestantismo Brasileiro: Uma Abordagem à Luz da Análise do Discurso. *Revista Brasileira de História das Religiões*. ANPUH, Ano IV, n. 11, Setembro 2011 - ISSN 1983-2850. Disponível em: <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/index.html>>. Acesso em: 03/out.2016

Últimas publicações

DRAVET, Florence. “O imaginário ou a comunicação entre corpo e linguagem: problematização do fenômeno da incorporação no Brasil”. *Conexão (UCS)*, 2016.

DRAVET, Florence. “Corpo, linguagem e real: o sopro de Exu Bará e seu lugar na comunicação”. *Ilha do Desterro*, v. 68, p. 15, 2015.

DRAVET, Florence; OLIVEIRA, Leandro Bessa. “Novas imagens da pombagira na cultura pop: símbolos, mitos e estereótipos em circulação”. *Comunicacao, Mídia e Consumo* (Online), v. 12, p. 49, 2015.

DRAVET, Florence. “Um saber poético sobre linguagem e comunicação para além das representações”. *Comunicologia* (Brasília), v. 8, p. 71-89, 2015.

DRAVET, Florence; ZANFORLIN, Sofia. “Pluripertencimentos e comunicação intercultural nos fluxos migratórios: percursos transnacionais entre migrantes na cidade de São Paulo”. *RECIIS. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde* (Edição em Português. Online), v. 9, p. 1-10, 2015.