



GT 061. Religião e materialidades: novos horizontes empíricos e desafios teóricos

Renata de Castro Menezes (Museu Nacional/UFRJ) - Coordenador/a, Rodrigo Toniol (Unicamp) - Coordenador/a

O crescimento da literatura das ciências sociais dirigida às materialidades, objetos e coisas é fato notório. Nas últimas décadas, a diversificação de abordagens teórico-metodológicas mobilizadas pelo tema tem se refletido na consolidação do que já é quase um subcampo disciplinar, com debates prioritários, eventos específicos e publicações regulares a ele dedicadas. O propósito deste GT é dar sequência às discussões levadas a cabo nas três ocasiões anteriores, nas RBAs, e reunir trabalhos dedicados às variadas formas de articulação entre religião e materialidades. Trata-se de dar centralidade às formas materiais de produção da experiência religiosa, apostando, com isso, na possibilidade de que novos horizontes empíricos e desafios teóricos sejam explorados. Entre outras questões possíveis, destacamos três que poderão orientar as reflexões dos trabalhos reunidos pelo GT. Primeiro, como a religião acontece na cultura material? Trata-se de enfatizar como imagens, objetos litúrgicos e devocionais, arquitetura e espaços sagrados mobilizam e são mobilizados em práticas religiosas. Segundo, como alguns objetos ocupam um lugar ambíguo e controverso na relação com a religião? Esttuas, obras de arte e templos históricos são apenas alguns exemplos daquilo que pode ocupar o centro dessa modalidade de relação entre materialidade e religião. Terceiro, como as variadas conformações de vínculo entre religião e materialidade também implicam em formas sensoriais diferenciadas da experiência com o sagrado?

Aspectos relacionados às materialidades entre bens com marcação religiosa vendidos em lojas de Catalão, Goiás

Autoria: Daniel Alves

Neste work, apresentaremos alguns resultados de pesquisa que desenvolvemos ao longo dos últimos anos na cidade de Catalão, Goiás, e que teve como tema as relações entre religião e consumo. Nossos objetivos, prioritariamente, envolveram uma abordagem qualitativa da produção, circulação e consumo de bens com marcação religiosa na microrregião de Catalão (GO). Fizemos um mapeamento das lojas que vendem produtos deste tipo, e entrevistamos alguns de seus proprietários e proprietárias. Também nos interessou o aspecto da produção e da distribuição, que nos levou a algumas cidades onde existem indústrias e livrarias ligadas a este segmento e que servem como referência de mercado na microrregião. Na parte do consumo, fizemos algumas entrevistas que remetem às dimensões que os bens de consumo tomam quando lhes são dadas significação religiosa pelos sujeitos. No desenvolvimento do work, tornou-se chave para o entendimento das significações dadas ao consumo a abordagem teórica que considera as religiões e as coisas religiosas como formas de mediação. Por um lado, interessa-nos como convicções religiosas criam e transformam segmentos nos mercados editorial, fonográfico e de mídia. Além disso, mantém-se a produção dos chamados bens de marcação religiosa para fins devocionais, especialmente nas expressões que tem uma relação intrínseca com imagética (catolicismo, umbanda). Por outro, a relação dos consumidores com imagens, livros, roupas e música acaba por fazê-los segmentar seus gostos, apresentando preferências por alguns músicos, autores ou estilos de roupa em detrimento de outros. Esses gostos são bastante influenciados pela partilha de informações nas instituições religiosas, mas não se resumem a elas, dado o acesso da população à informação por outras mídias, religiosas ou seculares. Atualmente, a chamada experiência religiosa depende, em grande medida, dessa relação do sujeito com imaginários religiosos sustentado, em sua dimensão material, por ter lido certos livros, ouvido certas músicas e no vestir de certas roupas. As instituições religiosas pretendem mediatizar a relação dos consumidores com esse universo,



fazendo com que eles introjetem um gosto pelos livros certos, pelas músicas certas e pelo vestir-se adequadamente. Essa pretensão nunca se torna absoluta no conjunto dos fiéis, mas ela é eficaz orientando o consumo para determinados segmentos (música gospel, moda evangélica, livro espírita, para ficar com os mais contemporâneos) e dentro desses segmentos.



Realização:



Apoio:



Organização:

