

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
FACULDADE SERRA DA MESA
MESTRADO INTERINSTITUCIONAL EM CIÊNCIAS DA RELIGIÃO - MINTER**

EUDA DIVINA MENDES

**ROMARIA DE MUQUÉM:
A INTERDEPENDÊNCIA ENTRE O MERCADO E A FESTIVIDADE**

GOIÂNIA

2019

EUDA DIVINA MENDES

**ROMARIA DE MUQUÉM:
A INTERDEPENDÊNCIA ENTRE O MERCADO E A FESTIVIDADE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciências da Religião – Mestrado Interinstitucional como requisito para obtenção de Título de Mestre em Ciências da Religião.

Área de Concentração: Religião, Cultura e Sociedade.
Linha de Pesquisa: Religião e Movimentos Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Edmilson Ferreira Marques.

GOIÂNIA

2019

M538r Mendes, Euda Divina
Romaria de Muquém : a interdependência entre o mercado
e a festividade / Euda Divina Mendes.-- 2019.
126 f.: il.

Texto em português, com resumo em inglês
Dissertação (mestrado) -- Pontifícia Universidade
Católica de Goiás, Escola de Formação de Professores
e Humanidades, Goiânia, 2019
Inclui referências: f. 117-123

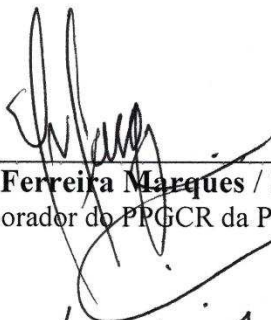
1. Santuário Diocesano Nossa Senhora d'Abadia de Muquém.
2. Peregrinos e peregrinações cristãs - Goiás (Estado).
3. Capitalismo. 4. Comércio. 5. Mercadorias. I. Marques,
Edmilson. II. Pontifícia Universidade Católica de Goiás
- Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião
- 28/03/2019. III. Título.

CDU: Ed. 2007 -- 27-57(817.3)(043)
27-67(043)

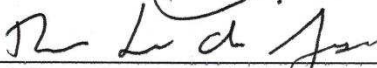
**ROMARIA DE MUQUÊM: A INTERDEPENDÊNCIA ENTRE O MERCADO E A
FESTIVIDADE**

Dissertação de Mestrado Interinstitucional em Ciências da Religião - Minter - da Pontifícia Universidade Católica de Goiás / Faculdade Serra da Mesa, aprovada em 28 de março de 2019.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Edmilson Ferreira Marques / PUC Goiás (Presidente)
Docente Colaborador do PPGCR da PUC Goiás / UEG



Prof. Dr. Renato Dias de Souza / UEG



Prof. Dr. Clóvis Ecco / PUC Goiás

Prof. Dr. Edson Arantes Junior / PUC Goiás (Suplente)
Docente Colaborador do PPGCR da PUC Goiás / UEG

Prof. Dr. Leonardo Venicius Parreira Proto / UEG (Suplente)

A todos aqueles que não deixam seus ideais em
poder da sorte; que buscam com persistência
instruírem-se para alcançar o seu triunfo.

AGRADECIMENTOS

Cursar um mestrado não pode ser considerado um curso qualquer ou simplesmente mais uma qualificação, uma titularidade na vida profissional. Ele é uma construção pessoal e profissional. Indo além daquilo que nos é apresentado. Cursar um mestrado é uma construção, uma oportunidade de poder enxergar outros horizontes com olhares diferentes. Não pode ser considerado simplesmente leitura, diálogo, reflexões e produções teóricas. É na verdade uma construção e revisão do próprio ser, uma reelaboração de atitudes e questionamentos onde essa prática é mais significativa e a sua elaboração é mais densa.

Muitos são os que colaboraram nesse processo, contribuindo para que esse trabalho chegasse a esse ponto.

Meu esposo, Jacir Dias de Deus, que em todos os momentos de nossa união sempre me incentivou a buscar o que é melhor para minha realização pessoal e profissional.

Meus filhos amados, João Alfredo Dias Mendes e Otavio Dias Mendes, que embora em muitos momentos sentissem falta da minha proteção maternal, foram capazes de mostrarem maturidade para entenderem a minha ausência em busca de novos saberes.

Meu orientador, Professor Edmilson Marques pela oportunidade de ver o mundo de outras formas, apostando em meu trabalho a ser desenvolvido em meio a tantas outras atribuições. Auxiliou-me com paciência, humildade, perspicácia e muita sabedoria.

Agradeço também a importante contribuição dos professores com sugestões valiosas para continuação deste trabalho.

Enfim, a todos que contribuíram para minha reflexão e formulação de novos saberes.

“Não é a consciência do homem que lhe determina o ser, mas ao contrário, o seu ser social que lhe determina a consciência”.
(Karl Marx)

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo abordar a relação entre o mercado e a festa da Romaria de Nossa Senhora D'Abadia, na comunidade de Muquém. Partimos da hipótese de que a ação dos comerciantes em torno dos festejos tem sido motivadora para o desenvolvimento de uma concepção pautada na ideia de que a religião ali praticada e que se manifesta nas celebrações está associada a pressupostos estabelecidos pela sociedade capitalista. Tomando como base teórico-metodológica os fundamentos do método dialético, buscaremos investigar a influência do mercado capitalista em torno da Romaria de Muquém. O que nos guia nesta análise é a perspectiva de que a expansão do comércio gerado em torno da festa da romaria tornou-se um processo mercantilista historicamente construído em torno desta romaria.

Palavras chaves: Capitalismo, Comércio, Mercadoria, Romaria, Muquém.

ABSTRACT

The present study aims to address the relationship between the market and the feast day of Our Lady of Abadia, in the community of Muquem. We start from the hypothesis that the action of the merchants around the festivities has been motivating for the development of a conception based on the idea that the religion practiced and that manifests itself in the celebrations is associated with the presuppositions established by the capitalist society. Taking as a theoretical-methodological basis the foundations of the dialectical method, we will seek to investigate the influence of the capitalist market around the Pilgrimage de Muquém. What guides us in this analysis is the prospect that the expansion of trade generated around the feast of the pilgrimage has become a mercantilist process historically built around this pilgrimage.

Keywords: Capitalism, Commerce, Merchandise, Pilgrimage, Muquem.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1- Mapa do Estado de Goiás.....	45
QUADRO 2- Gráfico 1: Gênero dos comerciantes.....	75
QUADRO 3- Gráfico 2: Escolaridade.....	76
QUADRO 4- Gráfico 3: Faixa de idade	77
QUADRO 4- Gráfico 4: Estado de residência.....	77
QUADRO 5- Gráfico 5: Período de participação no comércio.....	78
QUADRO 6- Gráfico 6: Tipos de comércio.....	78
QUADRO 7- Gráfico 7: Crença.....	83
QUADRO 8- Gráfico 8: Participação religiosa	83
QUADRO 9- Gráfico 9: Visão do Comércio.....	84
QUADRO 10- Gráfico 9: Principais reclamações.....	85

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1- Vista frontal do Santuário de Nossa Senhora D' Abadia de Muquém.....	48
FIGURA 2- Área destinada ao acampamento dos romeiros.....	51
FIGURA 3- Comércio denominado Shopping do Muquém.....	52
FIGURA 4- Interior do Santuário de Muquém.....	54
FIGURA 5- Espaço destinado ao centro comercial.....	60
FIGURA 6- Painel informativo da área do Santuário.....	65
FIGURA 7- Vista dos portões de acesso ao Santuário.....	65
FIGURA 8- Placas de advertência.....	66
FIGURA 9- Fachada do centro comercial.....	68
FIGURA 10- Alvará de Licença.....	70
FIGURA 11- Tendas comerciais.....	79
FIGURA 12- Tendas comerciais.....	80
FIGURA 13- Comerciante.....	82
FIGURA 14- Movimento do setor comercial.....	86
FIGURA 15- Movimento do setor comercial.....	86
FIGURA 16- Momento de compra e venda.....	87
FIGURA 17- Rua de acesso ao Santuário.....	91
FIGURA 18- Rua Vicinal do Povoado de Muquém.....	91
FIGURA 19- Missa realizada em Niquelândia.....	94
FIGURA 20- Família que iam à Romaria.....	98

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1. CAPITALISMO, COMÉRCIO E RELIGIÃO	18
1.1 SOBRE AS BASES DO CAPITALISMO	18
1.2 A PRODUÇÃO DE MERCADORIAS E O DINHEIRO	26
1.3 O COMÉRCIO.....	32
2. O COMÉRCIO E A ROMARIA DE MUQUÉM.....	38
2.1 A ROMARIA NA TRADIÇÃO RELIGIOSA	39
2.2 ROMARIA DE MUQUÉM	45
2.3 O COMÉRCIO NA ROMARIA DE MUQUÉM.....	57
2.3.1 Estrutura do espaço do Santuário	64
2.3.2 Centro Comercial do Santuário.....	67
2.3.3 Área de Camping do Santuário.....	72
2.4 PERFIL DOS COMERCIANTES.....	74
3. A RELAÇÃO ENTRE O COMÉRCIO NA ROMARIA DE MUQUÉM.....	89
3.1 O COMÉRCIO FORA DO ESPAÇO DO SANTUÁRIO E SUA REPRESENTATIVIDADE.....	90
3.2 A REPRESENTAÇÃO EM TORNO DA FESTIVIDADE	97
3.4 A ROMARIA E A MERCANTILIZAÇÃO DAS RELAÇÕES SOCIAIS.....	104
CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS.....	117
ANEXOS	123

INTRODUÇÃO

A Romaria de Nossa Senhora D'Abadia de Muquém ocorre há mais de dois séculos no povoado de Muquém, no município de Niquelândia, uma região que possui uma população de aproximadamente 45 mil habitantes e se localiza no norte de Goiás. A Romaria ocorre entre os dias 5 e 15 de agosto e atrai anualmente cerca de 200 mil fiéis. A Romaria acontece no Santuário de Nossa Senhora D'Abadia, um lugar cercado por matas, serras e montanhas.

A pesquisa aqui apresentada surge de uma inquietação pessoal por meio de uma observação ao longo da minha história. Há aproximadamente 30 anos como romeira de Nossa Senhora D'Abadia observo o desenvolvimento do comércio paralelo a essa manifestação religiosa, o que resultou no interesse em realizar um estudo investigativo mais detalhado sobre a relação da Romaria com o comércio.

O fato de estar cursando Ciências da Religião, numa linhagem voltada aos movimentos sociais e residir em uma região de fácil acesso ao Santuário de Nossa Senhora D'Abadia, me abriram caminhos oportunos para observação da intensa movimentação da Romaria. Esses pontos são elementares para a concepção desse trabalho, cujas observações advêm de uma sociedade simples, de comerciantes em busca da própria sobrevivência, e por outro lado de uma classe mantedora da consciência coisificada.

São poucas as pesquisas apresentadas que tratam sobre esta manifestação religiosa que ocorre especificamente no Santuário de Nossa Senhora D'Abadia bem como sobre a influência comercial em torno desta religiosidade. As poucas pesquisas realizadas abarcam questões voltadas à religiosidade popular e a relatos sobre o surgimento da Romaria.

Os autores Silva e Souza em 1812; Bernardo Guimarães em 1858; Paulo Bertran em 1998 e José Chaves (2012) publicaram relatos sobre o surgimento da Romaria de Muquém. O autor Alexandre José Cândido (2007) e Selma D'Abadia (2012) apresentaram pesquisas sobre a religiosidade popular envolta desta

Romaria. No que tange a pesquisas realizadas sobre o comércio de mercadorias emergido paralelo à Romaria, não foram encontradas nenhuma publicação referente. Portanto, nesta dissertação, o objetivo é investigar a relação do comércio com a Romaria de Muquém.

Paralelamente à Romaria, emergiu um imenso comércio, que se tornou um fenômeno despercebido por muitos, no que diz respeito à sua implicância para a questão da fé religiosa. Dentro do espaço territorial do Santuário, há um amplo comércio de mercadorias variadas, organizado em tendas, bancas, denominado de “Shopping do Muquém”.

Assim, a pesquisa surge diante da necessidade de um estudo pormenorizado sobre a venda de mercadorias que levou ao estabelecimento de um grande comércio em torno da festa da Romaria de Nossa Senhora D’Abadia, na comunidade de Muquém. Neste contexto, coloca-se a necessidade de revelar suas múltiplas características, focalizando fundamentalmente em suas determinações sociais ligadas ao modo de produção capitalista e à manifestação religiosa.

Para tanto, o comércio pesquisado será analisado com o objetivo de identificar os interesses comerciais em torno do festejo, analisar as formas de comércio praticadas em torno da Romaria; analisar qual a concepção dos comerciantes que participam da festa a respeito da Romaria; verificar se a relação entre o comércio e a festa favorece a mercantilização das relações sociais havendo fomento à expansividade capitalista apresentada nos dias atuais.

A pesquisa será baseada em um conjunto de fontes que vão desde os próprios comerciantes (que foram entrevistados), registros e documentos da própria igreja acerca da organização comercial, bem como livros, jornais, revistas, artigos, dentre outros documentos oficiais que se encontram disponibilizados no próprio Santuário de Muquém. Além disso, utilizamos também de pesquisas já realizadas sobre esta festa nas quais buscamos por informações sobre sua história e demais elementos que puderam contribuir com o aprofundamento deste estudo.

A pesquisa oral foi realizada por meio de questionários previamente elaborados, utilizando aparelhos eletrônicos para gravação. As entrevistas contam com a autorização do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) e da instituição

responsável pelo Santuário. Foram entrevistados comerciantes e vendedores que usam o espaço em torno do Santuário para vender seus produtos, participantes da Romaria que são tidos como consumidores de produtos oferecidos nos comércios durante a festividade e também pessoas que fazem parte da organização do espaço comercial. A pesquisa documental e oral com questionários previamente elaborados tem o intuito de revelar características próprias da organização comercial que se instala ao longo da Romaria, assim como revelar os interesses dos comerciantes e consumidores envolvidos na compra e venda de mercadorias.

De forma geral, pretendo demonstrar os aspectos que envolvem o comércio que vêm sendo apresentado diante da festividade da Romaria de Nossa Senhora D'Abadia de Muquém nos dias atuais, fazendo-se necessário compreender a influência comercial em torno da festa da Romaria que se mostra como espaços de trocas de mercadorias e se esse processo influencia nas demais instâncias da sociedade. Daí a discussão será pautada a partir de duas questões centrais: religião e comércio.

O método de análise nesta pesquisa inclui conceitos e discussões apoiados em autores que apresentam enfoques que permite analisar o objeto de pesquisa dentro de uma relação de construção da sociedade. Em Marx o método de análise será o materialismo histórico-dialético.

Para Viana (2007, p. 12), este método é um fio condutor que auxilia o pesquisador a conduzir suas pesquisas, não como um modelo, mas um recurso metodológico flexível, aberto e realista tal como ele se apresenta. A pesquisa deve ser, portanto, partir do real, do concreto, que por sua vez é o resultado, uma síntese de múltiplas determinações.

Este método tem como prerrogativa contribuir para a análise detalhada e aprofundada dos fenômenos que integram a sociedade moderna. Aos procedimentos metodológicos utilizados para analisar um determinado aspecto da sociedade, e observar os fenômenos sociais como o resultado de múltiplas determinações, tendo no modo de produção estabelecida o aspecto central de suas reflexões. Max Weber que oferece importantes contribuições no campo da sociologia da religião, enfocando em abordagens relativas à questão da religião como um sistema estruturado de símbolos pelos quais os grupos sociais se organizam com

certa unidade e com progressivas divisões de papéis. Além de Weber, consideramos as reflexões de Durkheim, a respeito da origem e desenvolvimento das sociedades, a qual é fundamentada em relações que perpassam a coletividade, onde os fatores sociais são formados pelas representações através de suas lendas, mitos, religião e crenças morais. A relação entre o comércio e a Romaria do Muquém será observada a partir dos diversos aspectos que envolvem esta relação que a leva a se apresentar da forma que está atualmente. Nesse sentido, o método nos leva a observar a sua historicidade, sua influência na sociedade e a sua organização.

A análise da mercadoria em *O Capital* é considerada aqui com uma referência fundamental para revelar determinadas questões presentes no comércio que se estabeleceu na Romaria de Muquém. Desta discussão de Marx utilizaremos de sua *teoria do valor*, na qual estão incluídos os aspectos essenciais que delimitam a existência do comércio e da religião na sociedade moderna, tratando-se especificamente do modo de produção capitalista. Nesta sociedade a mercadoria assume um aspecto central e o comércio o meio utilizado em sua distribuição, que por sua vez, é o que garante o escoamento das mercadorias produzidas, o que favorece o interesse do capital.

Karl Marx em *O Capital* (1988) denota que a riqueza na sociedade capitalista apresenta-se como uma “imensa coleção de mercadorias”, portanto, forma elementar da sociedade burguesa moderna e antes de tudo, ela é um objeto externo. Ademais, pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie, pois são valores de uso, possuem uma utilidade.

O consumo não pode, então, ser considerado um momento autônomo, ele se encontra determinado, seja, pelo complexo processo constitutivo dos desejos humanos, seja pela lógica de produção, o que, nas sociedades capitalistas, significa dizer que se encontra estabelecido pela lógica do lucro (PADILHA, 2006, p. 85).

Ao olharmos para a Romaria do Muquém o que percebemos antes de tudo é uma ligação entre o homem e o Divino, acompanhada de mitos e ritos ligados a um povo, a uma cultura, da qual emergem conceitos, linguagens, expressões e vivências múltiplas de uma sociedade, podendo, entretanto exprimir sentimentos e até mostrar valores.

Entre as várias dimensões da Romaria de Nossa Senhora D' Abadia de Muquém, podemos destacar a peregrinação dos romeiros ao Santuário, e os vários

tipos de comércios presente em torno do Santuário. Essa estrutura dúplice da Romaria permite compreender um processo que articula diferentes práticas, padrões, crenças, bem como situações de diferentes interesses.

A religiosidade como sendo um fenômeno cultural, ganhou uma pluralidade cultural-religiosa, fruto de diversas etnias, dentre elas o cristianismo e em suas características distintas o catolicismo, trazendo a sua teologia, doutrina, liturgia, princípios éticos e características comportamentais que atinge e faz que um povo seja reconhecido como religioso.

A dissertação será estruturada da seguinte forma: no primeiro capítulo, apresentaremos as ferramentas de análise que utilizaremos na reflexão do tema aqui apresentado. Faremos aqui uma discussão sobre o capitalismo, contexto em que se dá a produção e venda de mercadorias. Sendo a mercadoria o elemento fundamental desta sociedade, dedicaremos um tópico para discutir a sua produção.

Posteriormente realizaremos uma abordagem sobre o comércio, por ser o meio de distribuição de mercadorias e também o fenômeno que está relacionado ao nosso tema de pesquisa. Com isso evidenciaremos as ferramentas que são necessárias para a reflexão do fenômeno aqui levantado para a pesquisa.

No segundo capítulo, apresentaremos as informações da documentação que conseguimos reunir sobre a relação do comércio com a Romaria de Muquém. Buscaremos focar nossa atenção em seus aspectos organizacionais, nos relatos dos comerciantes e de pessoas que julgamos importantes no que diz respeito a oferecerem informações que possam corroborar para a pesquisa sobre a relação do comércio com a história da Romaria.

No terceiro capítulo, apresentaremos apontamentos sobre a relação do comércio com a Romaria de Muquém. Aqui utilizaremos do arcabouço teórico-metodológico apresentado no primeiro capítulo, especificamente a discussão sobre o contexto em que se desenvolve a relação entre o comércio e a Romaria do Muquém, a questão da venda de mercadorias e sua relação com a fé. Com esta análise objetivamos revelar as diversas determinações que envolvem a relação entre o comércio e a Romaria de Muquém, propondo novos focos, a partir dos termos conceituais e das questões apresentada pelos comerciantes.

A Romaria de Muquém, embora ainda apresente características rústicas do sertão, traz consigo aspectos ligados à modernização e elementos de uma sociedade cada vez mais racionalizada e mercantilizada. Em decorrência disso se faz como um fenômeno complexo, portador de múltiplas determinações, as quais para serem compreendidas exigem pesquisa e reflexões rigorosas e detalhadas. É em busca de sua compreensão, portanto, que propomos este estudo.

1 CAPITALISMO E COMÉRCIO

Neste primeiro capítulo dedicaremos a discutir as ferramentas de análise de nossa pesquisa. Abordaremos questões que favorecem a manutenção das bases da sociedade capitalista, tomando como referência discussões entre autores, no sentido de ter elementos que favoreça o entendimento sobre o comércio presente nas festividades religiosas.

Tais considerações reforçam as transformações ocorridas na sociedade. Nesse sentido, embora a religião esteja intimamente ligada à questão da fé, a mesma interfere na dinâmica do modo de produção capitalista, neste caso específico se apresenta em torno da Romaria através do comércio.

O objetivo deste primeiro capítulo, no primeiro momento, é o de buscar por uma referência que nos possibilite compreender as transformações ocorridas na sociedade e as influências capitalistas geradas em torno da atividade econômica. Subsecutivo será apresentado uma discussão sobre o comércio e suas implicações em torno das festividades religiosas.

1.1. AS BASES DA SOCIEDADE CAPITALISTA

Os estudos sobre a sociedade capitalista nos levam à teoria de valor de Marx, autor que ofereceu importantes contribuições para compreender o processo de desenvolvimento da sociedade moderna e suas diversas implicações na vida humana. Portanto, a teoria deste autor nos fornecerá ferramentas para análise da questão comercial em torno da Romaria. É esse o objetivo que propomos realizar aqui neste tópico.

A perspectiva desenvolvida por Marx destaca que a própria teoria é o resultado e expressão de fatos concretos, desenvolvida através de vários níveis de abstração. A sua finalidade aponta para a compreensão do modo de produção estabelecido que constitua a base indispensável para as análises de aspectos específicos do capitalismo moderno.

Marx entende que a sociedade capitalista integra-se numa forma de organização social histórica, transitória, fundada em contradições e tendências que possibilitam ora a sua sustentação, ora a possibilidade de sua transformação. Em sua perspectiva o desenvolvimento da sociabilidade envolve vários elementos que entram em ação de forma dialética e multidimensional, como a cultura, a ideologia, a religião, a comunicação, a política, dentre outros aspectos fundamentais que contribuem para a construção das relações sociais que darão forma e continuidade ao modo de produção e reprodução da vida material e espiritual.

Entender estas mudanças e transformações é fundamental para fazer uma análise condizente com a realidade social, visando sua transformação por meio da superação de seus próprios limites. E trata-se da compreensão da atividade econômica, fazendo referência ao próprio modo da sociedade vivenciar o processo da economia (NETTO; BRAZ, 2007, p. 29).

O método de análise da estrutura do capital é observado como objeto de trabalho do pesquisador e Marx a efetiva em sua análise da sociedade capitalista, tratada de forma exemplar em *O capital* e em sua Teoria do *mais-valor*.

Em suas análises atribui-se primeiramente que o capital é “o poder econômico predominante da sociedade burguesa” e estabelece entre si uma relação social, envolvida na ampliação do valor na produção, com a acumulação e apropriação da *mais-valia*, cuja produção é tratada pela utilização da força de trabalho, ou seja, o próprio trabalho. Entretanto, não há como tratar do circuito econômico sem tratar da sociedade, ou seja, “o comprador da força de trabalho a consome ao fazer trabalhar o vendedor dela” (MARX, 1988, p. 42). Então compreendemos que o processo de trabalho é elaborado por indivíduos que estabelecem relações entre si, e para representar seu trabalho como mercadoria é preciso representa-lo como valor de uso que se concretiza em objetos que lhe traga alguma satisfação. Neste processo o trabalhador é constrangido a produzir, independente de sua vontade.

Nesse sentido, o trabalho é a relação entre do homem com a natureza, tendo em vista transformá-la. A força de trabalho exercida pelo homem em relação à

matéria atua e desenvolve potencialidades de apropriação da matéria natural para que seja transformada em uma forma útil para sua vida. Esta relação se transforma numa operação de construção e conexão direta do trabalhador com o objeto de trabalho. Portanto,

A produção material da vida, fundamenta-se no trabalho, como uma atividade socialmente determinada que constitui o homem e o diferencia dos animais. A partir do trabalho concreto, o homem transforma a natureza para satisfazer suas necessidades, criando o novo, e construindo instrumentos de trabalho e transforma a si mesmo e sua própria necessidade (MARX, 2003a, p. 5).

Marx demonstrou essa relação de necessidade que o ser humano apresenta de transformar a natureza para suprir suas necessidades básicas em seu *Terceiro Manuscrito*, quando descreve uma alienação determinada e particular do homem, ou seja, o homem depende de sua própria natureza para gerar seu próprio trabalho e este trabalho é determinado como essência subjetiva da riqueza. Nesta subjetividade de produção de riquezas gerada em torno do trabalho, este processo assume três formas diferentes de classes: os capitalistas, os proprietários fundiários e os trabalhadores. Portanto, as relações estabelecidas entre as classes sociais implicam em exprimirem proporções de valores gerados em torno de diferentes formas de produção.

A priori, fica claro neste sentido que por um lado a classe trabalhadora gera trabalho a partir de sua necessidade de possuir algo, ou receber certa quantia pelo trabalho realizado, o qual Marx aponta como trabalho assalariado. E por outro lado, a classe dominante não teria como produzir e obrigar a classe proletária a desenvolver seu trabalho e tampouco teria condições de apropriar-se das diversas partes do lucro (mais-valia), se o trabalhador não dependesse do trabalho para sobreviver. “Se o trabalho não fosse trabalho assalariado, sua participação no produto gerado não pareceria sob forma de trabalho” (ROSDOLSKY, 2001, p. 42).

Nessa ordem Rosdolsky observa que é possível diferenciar as três classes da sociedade burguesa. Porém, no que diz respeito aos trabalhadores assalariados e aos capitalistas, podemos afirmar que ambos estão envolvidos num processo de produção que em seu tocante é um processo que desenvolve características específicas que gera e dá forma à sociedade capitalista. É certo que a valorização do capital só é possível se encontrar constantemente uma classe de pessoas que

não possuem seu próprio meio de produção, mas, que utiliza de seus meios de trabalho para produzi-lo e obterem uma parte no valor que criam e também criam condições para a produção da *mais-valia*.

É conveniente observar que as necessidades fundadas em suporte biológico envolvem uma situação de manutenção da vida e não podemos esquecer que o atendimento a elas está diretamente vinculado ao modo de satisfazê-las. Dessa forma, o processo que efetiva a sua satisfação se dá na objetivação e no desenvolvimento de necessidades e os desejos de satisfazê-la se tornam subjetivos, como indica no texto do Volume I, de O Capital:

A utilidade de uma coisa faz dela um valor-de-uso. Essa utilidade, porém, não paira no ar. Determinada pelas propriedades do corpo da mercadoria ela não existe sem o mesmo. [...] O valor-de-uso realiza-se somente no uso ou no consumo. Os valores-de-uso constituem o conteúdo material da riqueza, qualquer que seja a forma social desta. [...] Como valores-de-uso, as mercadorias são, antes de mais nada, de diferente qualidade [...] Portanto, um valor-de-uso ou bem possui valor, apenas, porque nele está objetivado ou materializado trabalho humano abstrato (capacidades) (MARX, 1998, pp. 45-46-47).

Como exemplo, os trabalhadores assalariados aqui no Brasil, nos dias atuais, necessitam exercer tarefas diárias de até oito horas, ou até mais, para obter no final um pagamento referente às suas atividades realizadas. O porquê faz isso é óbvio, para se sustentar, pagar as contas, etc., é o que chamamos de salário mínimo¹. O trabalho assalariado é, portanto, expressão do processo em que se dá a venda da força de trabalho do trabalhador em troca de uma remuneração para obter seu próprio sustento.

Embora não seja a única definição de trabalho, Marx observa que o trabalhador somente dispõe de sua força para produzir o que necessita para a sua sobrevivência, e esta força de trabalho é a sua mercadoria de venda. Para ele, os indivíduos tendem a adaptar seus produtos de acordo com suas necessidades e essas são tantos materiais quanto espirituais. É interessante notar que o homem se diferencia dos outros seres não só pela sua capacidade de trabalho, mas também pela relação que ele constrói ao logo da história com os seus semelhantes gerando daí a sua própria sociabilidade.

1 Lei nº 13.152, de 29 de julho de 2015 - Decreto nº 9.255, de 29 de Dezembro de 2017 - Art. 1º A partir de 1º de janeiro de 2018, o salário mínimo será de R\$ 954,00 (novecentos e cinquenta e quatro reais) (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/Decreto/D9255.htm).

Para Rosdolsky (2001), considerando os apontamentos realizados por Marx, a quantidade média de horas trabalhadas se materializa numa quantidade de *valor* diário de força do trabalho, definindo aqui o *valor* em *dinheiro*² e ao ser consumido adquire uma forma de reprodução do capital. Esse tipo de relação é, portanto, definido como uma barganha entre o capital e o trabalho, o que serve para a constante reprodução capitalista, ou para gerar a *taxa de mais-valia*. Este último dependerá de outras circunstâncias que permanecem invariavelmente existentes entre a jornada de trabalho e a força de trabalho que o trabalhador dispenderá no processo de produção.

De acordo com Antunes (2008), ao transformar a natureza os indivíduos alteram também a sua própria condição humana, e este processo de transformação transmuda o trabalho social em um elemento primordial do desenvolvimento da sociabilidade. E por falar em reprodução, refere-se Marx, que a mesma é determinada a partir do desenvolvimento social do modo de produção estabelecido pelos indivíduos, o que os permitirá manter a vida.

Segundo Bem Fine e Laurence Harris (1981), a relação social gerada e estabelecida pelo capitalismo se mostra de diferentes formas, sendo caracterizada pelo circuito de produção e reprodução, manifestando-se em: *capital-monetário*, *capital-produtivo* e *capital-mercadoria*, ou seja, a troca de mercadorias, constituída pelos meios físicos de produção, é integrada em parte pela força do trabalho, gerando o *capital-monetário* e posto este em circuito gera o *capital-produtivo*, que resultando neste processo de produção passa a gerar novas mercadorias, assumindo a forma de *capital-mercadoria*. As mercadorias, por sua vez, incorporam mais-valia e quando é vendido por dinheiro o capital reassume a forma monetária. Além disso, Marx introduz o conceito de distribuição, concluindo que “não é que a produção, distribuição e consumo sejam idênticos, mas que todos formam os membros de uma totalidade (...) uma produção definida determina um consumo, distribuição e trocas” (FINE; HARRIS, 1981, p. 13).

A ideia que se apresenta por si mesma é esta: na produção, os membros da sociedade apropriam-se [produzem e moldam] dos produtos da natureza para as necessidades humana; a distribuição determina a proporção dos produtos que o indivíduo participa; a troca fornece-lhe os produtos particulares em que queira converter em quantia que lhe coube pela

2 A moeda corrente de um País. Em papel-moeda; cédula; nota. (Dicionário da Língua Portuguesa, editora Rideel, São Paulo, 2012).

distribuição; e finalmente no consumo, os produtos convertem-se em objetos de desfrute, de apropriação individual (MARX, 1978, p. 106).

As relações estabelecidas no modo como os indivíduos produzem sua própria vida determina também a produção de mercadorias, transformando-as, ao mesmo tempo, em um produto efetivo do consumo, criando necessidade de uma nova produção. Desta forma, o trabalho no capitalismo caracteriza-se como fonte de exploração, vez que esta sociedade é constituída por classes sociais, com interesses e objetivos opostos. E na medida em que uma classe está alheia aos meios de produção é obrigada a vender sua força de trabalho para a outra classe, como fonte de sobrevivência (NETTO; BRAZ, 2007).

Todo esse processo acaba sendo ocultado através das trocas mercantis onde o dinheiro toma à dianteira e se torna o principal ponto de valoração da vida. Conforme Lessa (2005), vivemos em uma sociedade na qual o dinheiro é tudo. Atribuindo-se a ele um poder tão grande e de forma incontrolável que mais parece ser um produto do seu próprio criador, redimensionado numa troca de características entre a relação social e as coisas por ele produzidas. Neste sentido, as relações entre os trabalhadores na sociedade capitalista, são manifestadas nas relações que são estabelecidas entre as mercadorias, entre os produtos do trabalho, subcorrente do próprio caráter social do trabalho que produz mercadoria.

Ben Fine e Lourence Harris (1981) analisa que o modo de produção é resultado de relações de produção de classes, e está integrada aos processos de relações e trocas que constituem juntos, a circulação do capital social, construídas por uma determinada estrutura que as unem uma à outra. Os autores destacam dois problemas apresentados neste estágio, sendo o primeiro os tipos de modificações no processo de produção, distribuição e como estas se diferem. O segundo é o problema da força que está envolvida na transformação de um em outro. É importante destacar que os níveis de estágios podem ser analisados por meio do modo de produção.

Em sua análise o capitalismo monopolista, do qual é tratado como o primeiro desenvolvimento completo das leis de movimento capitalista, iniciou-se com o funcionamento das máquinas, substituindo o trabalho vivo, aperfeiçoando as técnicas apuradas no feudalismo e a manufatura passa a ser a relação que vai efetivar posteriormente a produção da *mais-valia*. Decorrente dessa substituição e a

jornada de trabalho com maior extensão, Marx observou que isso parecia contrariar os interesses do capital, vez que a força física humana estava sendo destruída ao reduzir o período de vida dos trabalhadores e ao mesmo tempo por ser substituída pela máquina.

Ben Fine e Laurence Harris (1981) considera a partir de Marx, em *O capital*, que a consolidação das máquinas fez gerar o estágio do capital monopolista. Estabelece-se uma organização da sociedade permeada pelos crescentes números de trabalhadores nas fábricas. A luta entre as classes que se estabelece em seu interior e cria uma base material para a formação de sindicatos e lutas por melhorias nas condições de trabalho. Isso provocou conseqüentemente uma resposta do capital que buscou intensificar a apropriação da *mais-valia*. Esse estágio foi marcado por novas formas de controle, conhecido por “separação entre propriedade e controle”, cuja remuneração passa a serem os salários.

Assim, o desenvolvimento do controle financeiro é marcado pela abertura de créditos, num sistema integrado de bancos e bolsas de valores que passam a dominar a distribuição do capital-monetário. Como consequência os créditos asseguram uma porção maior de mais-valia e esta assume proporções de juros. Essas características do capitalismo monopolista apontadas por Marx trazem apontamentos de que o capital em si assume efetivas transformações, assumindo formas sociais, resultante das lutas travadas pelos operários com reflexos numa transformação da forma do poder estatal e em particular na competição entre as classes.

Portanto, para Marx, com as formas assumidas pela luta de classes, as crises apontadas no capitalismo monopolista, o capitalismo monopolista estatal assume uma forma de controle sobre o anterior. A *mais-valia* neste estágio é apresentada, de forma deturpada, como parte apropriada através de taxas de tributação. Cria-se, entretanto, uma forma de intervenção estatal predominante em que o Estado estabelece uma relação complexa no controle financeiro, do juro, do crédito e da distribuição e circulação do capital. Passa a agir conjuntamente com o mercado financeiro para monopolizar as operações do capital em todas as esferas de troca e produção. Nesta relação, o estado se envolve diretamente com os empregadores e

assalariados, neste contexto os capitalistas passam a exigir que o estado intervenha na prevenção de seus interesses.

Neste ambiente o ciclo monopolista estatal é, portanto, um exercício no qual o Estado participa diretamente da economia e intervém com a tentativa de modificar e fortalecer o seu processo de desenvolvimento, portanto, incapaz de abolí-lo. Cria-se neste ciclo a chamada inflação, que em sua base traz um valor relativo (em dinheiro) em torno das mercadorias, ou dos preços das produções, limitando modificações relativas às mercadorias, aplicada diretamente ao modo de produção capitalista.

Para Ben Fine e Laurence Harris (1981), a periodização da economia mundial, aparece com alguma forma de domínio de classe e de um Estado Nacional. Essa dominação é marcada por tendências crescentes da intervenção estatal e a internacionalização do capital produtivo. Nesta abordagem o papel desempenhado pelos Estados Nacionais não pode ser separado de uma economia mundial que reproduz estratégias que fundamenta e assegura a reprodução social do instrumento competitivo do capital. A capacidade do Estado é afetada diretamente pelo conflito de classes, sofrendo uma pressão política interna que ataca sua estrutura, enfraquecendo a sua hegemonia.

A ação do estado, por sua vez, só pode ser percebida quando relacionada com a forma como se dá o trabalho no capitalismo. O mundo do trabalho, no entanto, perpassa por fases que ora ou outra transparecer caminhar para outro sentido para além dos interesses do capital. O chamado mundo do trabalho, de acordo com Antunes (2008), sofreu profundas transformações nas últimas décadas, resultante das mudanças ocorridas na economia mundial que teve início nos anos 1980, determinado pela nova dinâmica de acumulação do capital, que gerou um mercado ainda mais competitivo e globalizado.

Rosdolsky (2001) descreve que na esfera da economia, é importante observar o desenvolvimento do processo capitalista apontada por Marx em *O capital*, de que a produção capitalista corresponde a uma época, um modo histórico de desenvolvimento das condições materiais de produção. Nesta categoria, o seu processo de desenvolvimento está diretamente ligado àquilo que expressa seu caráter social. Pois, na medida em que o processo de trabalho envolve homem e natureza, eles constituem um processo histórico com bases específicas que

desenvolve suas próprias bases materiais e formas sociais. Marx observou estritamente a exigência de que as categorias econômicas devem ser categorias sociais, vez que estas representam relações entre os homens.

Partindo desta perspectiva, analisaremos em seguida o mais simples processo de manifestação econômica da sociedade capitalista que se dá por meio da produção de mercadorias. Esta análise vai nos oportunizar a entender algumas especificidades do modo de produção capitalista, o qual se baseia num conjunto específico de relações de produção de classe, implicando a priori a constituição de novas relações sociais que se dão na relação de reprodução econômica (produção-distribuição e consumo).

1.2 A PRODUÇÃO DE MERCADORIAS E O DINHEIRO

Em consequência do avanço do capital é que a mais-valia assume aqui a uma prerrogativa do processo produtivo e expansivo de produção de mercadorias. Nos festejos da Romaria, observaremos, portanto, um conjunto de produtos dispostos em barracas e tendas comerciais, dentro de um espaço pertencente e organizado pelo próprio Santuário, sendo comercializados. Assim, dedicaremos neste tópico a analisar a produção de mercadorias e sua forma de distribuição, questão que nos fornecerá elementos que possibilitará a análise no terceiro capítulo sobre a relação do comércio com a Romaria.

Adelphino Teixeira (1992) conceituou “produção” como tudo aquilo que chamamos de “o ato de fazer”, derivada do ato de produzir, produtivo, dentre outros. Do ponto de vista econômico, produzir significa criar bens econômicos ou serviços, oferecendo-os para a venda ou para a troca. O autor considera ainda que a produção constitui não apenas a ciência, mas as operações que lhes adiciona valores, como exemplo, o armazenamento, a comercialização, a prestação de serviço. Atribui-lhe, portanto, algum valor e que a palavra produção não seria somente a produção de bens, mas a representação do processo de satisfação das necessidades humanas.

O autor apresenta o processo de produção classificada em produção de bens econômicos (alimentos, remédios, máquinas...) e produção de serviços (serviços de

transportes, serviços médicos...), ambos são considerados utilidades econômicas que satisfazem as necessidades humanas. Esses fatores criam bens e serviços para troca e permuta cujos fatores definem a produção e comercialização. Portanto, isso significa que bens e serviços produzidos podem ser trocados ou permutados entre si ou por moedas.

Marx, em *O capital* (1988), analisou dois aspectos presentes na sociedade, a mercadoria e o dinheiro, os quais integram o circuito da produção e da distribuição: “A mercadoria, é antes de tudo, um desejo externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie” (MARX, 1988, p. 45), e o dinheiro é uma forma de expressão de valor do mundo das mercadorias e ao ser convertido em mercadoria dinheiro é transposto em sua forma relativa ou valor geral, assumindo uma validação social através de seu valor de uso.

As mercadorias apresentam-se na sociedade como forma de valor de uso e valor de troca. Nesse sentido, alguns objetos são classificados como portadores de valores e outras apenas possuem objetividade de valor. Eles aparecem na medida em que sejam expressões de uma mesma unidade social de trabalho humano. Isto é, há mercadorias que aparecem apenas na relação social de mercadorias para mercadorias e outras precisamos de uma manifestação de desenvolvimento de seu uso para determinar o seu valor. Ou seja, “o valor da mercadoria está para o valor de cada uma das mercadorias assim como o tempo de trabalho necessário para a produção de uma está para o tempo de trabalho necessário para a produção da outra” (MARX, 1988, p. 48).

Em Marx, percebemos o valor de uso das mercadorias sob o ponto de vista de que satisfaz necessidades humanas pelas suas propriedades, ou que recebe essas propriedades e apresentando-se como um trabalho humano. Torna-se evidente que o homem por meio de sua atividade e necessidade modifica a natureza da matéria, mudando, portanto, o seu valor e corporeidade original, gerando no final um novo valor de uso. Conseqüentemente, objetos de uso se tornam mercadorias apenas por serem produtos do trabalho humano e produzidos para a troca. No processo de troca, os produtos recebem sua objetividade de valor socialmente igual. Numa relação social geral, para uma sociedade de produtores de mercadorias, eles

consistem em relacionar-se com seus produtos simultaneamente com o trabalho humano igual.

As mercadorias por si só não assumem o papel da troca. É preciso, portanto, que haja possuidores de mercadorias. A força de trabalho humano é a primeira e a principal mercadoria, como vimos no tópico anterior. Essa crítica de Marx, embora significativa, leva-nos a compreender o passo-a-passo da produção de mercadoria, em uma forma alienada. Para ele a mercadoria passa a se tornar uma necessidade, um meio de propiciar o acúmulo para determinada classe social. A mercadoria em si, no entanto, é caracterizada por ser portadora de valor de uso e valor de troca, portanto, é o que faz dela o elemento celular da sociedade, e a partir da qual emerge relações determinadas que leva o ser humano em sua totalidade a se ajustar e se criar a partir das próprias determinações da mercadoria.

Para Marx, a mercadoria ao ser circulada assume um papel simplificador como mercadoria monetária, tendo como primeira função fornecer expressões de valores, qualitativamente e quantitativamente iguais como grandezas de uma mesma medida. Assim, sua forma de valor monetária simples aparece como “dinheiro”, cuja medida é especificamente relativa ao preço da mercadoria.

Giannotti e Malagodi, em *Para uma Crítica da Economia Política* de Marx (1978), descreveram que o dinheiro é o resultado do processo de circulação de mercadorias, cuja troca de mercadoria por dinheiro, ou compra e venda, se torna o ponto inicial e o dinheiro o ponto final desse movimento e o resultado deste circuito é a mercadoria pela própria mercadoria. Há, no entanto, uma metamorfose nesse processo, onde a compra e a venda da mercadoria entra no processo de circulação não somente como valor de uso particular, mas também pela grandeza do seu valor que expressa simultaneamente um valor de uso para seu possuidor. E em seu processo final, a circulação do dinheiro.

Quanto a isso, considera-se que a própria circulação de mercadorias é um círculo vicioso, já não existe mais barreira qualitativa para a transformação da mercadoria em dinheiro, mas uma alienação quantitativa para se transformar, a própria quantidade em dinheiro em mercadoria, ou sua própria quantidade de grandeza de valor. “Com o dinheiro vivo compra-se tudo” (MARX, *apud* GIANNOTTI, MALAGODI, 1978, p. 184).

A factual circulação do dinheiro apresenta-se como uma totalidade de compras e vendas casuais ou paralelas. Como podemos ver na compra e venda, a

mercadoria é defrontada com o dinheiro e o dinheiro aparece como meio de compra da mercadoria, e estas determinações tornam-se irreconhecíveis nas fases opostas do processo metamorfofóico das mercadorias. Neste ato, a mercadoria passa para as mãos do comprador e o dinheiro para as mãos do vendedor, ou seja, mercadoria e dinheiro andam de forma opostas, fazendo um movimento em que a mercadoria se torna uma forma de dinheiro e o dinheiro uma forma de mercadoria. Assim, o círculo desencadeia um trajeto de circulação maior ou menor, apresentada por Marx como um meio de circulação fragmentada, onde num movimento circular efetivo pode não haver um número igual de pontos de partida de mercadorias.

Entretanto, Giannotti e Malagodi (1978) dizem que a quantidade de dinheiro circulado não é determinada somente pelo valor total das mercadorias, mas pelo seu tempo. Nesse sentido, a velocidade de seu curso determina a quantidade de circulação de mercadoria e paralelamente o dinheiro faz gerar o preço das mercadorias, indicando seu meio circulante. Por exemplo, em um fábrica de roupas, se há muitas peças para serem vendidas a um determinado valor e não há quem compre a mercadoria, os preços tendem a baixar, e ao baixarem o preço da mercadoria, a quantia circulante aparentemente também será diminuída. Conseqüentemente, as somas dessas alterações modificará a soma dos preços da mercadoria, bem como a velocidade da circulação do dinheiro. Dessa forma, ambos são mercadorias de idêntica grandeza de valor, ao mesmo tempo valores qualitativamente diferentes.

Podemos considerar então, a partir de Giannotti e Malagodi, que o dinheiro representa um papel nas relações que estabelece com outras mercadorias. A questão do tempo é uma das suas representações, em que também representa um valor abstrato de riquezas, exprimindo sob o ponto de vista de mercadoria, se transforma em um objeto que satisfaça toda necessidade humana. Por outro lado, a mercadoria também representa uma riqueza abstrata.

O dinheiro é a riqueza universal em seu aspecto individual. Em sua figura de mediador da circulação sofreu toda a sorte de ultrajes: foi corroído e esmagado até chegar a ser um mero papel simbólico. Mas, como o dinheiro, é lhe restituído seu resplendor áureo. De servo passa a senhor. De simples servidor das mercadorias passa a ser o seu Deus (MARX, *apud* GIANNOTTI, MALAGODI, 1978, p. 184).

De fato, Marx vê que o dinheiro posto em circulação é apenas uma medida de unidade progressiva do processo de vendas de mercadorias. Para que de fato gire como moeda, o seu uso é posto sob o pressuposto da contínua acumulação, seja em quantidades menores ou maiores, havendo neste processo, um “entesouramento”, no qual a mercadoria para ser vendida necessita de uma existência social, e para ser comprada depende do tempo necessário à produção, condicionada às necessidades de constante renovação da sociedade. Essa transformação que é submetida, a mercadoria é considerada puramente no curso do dinheiro, apresentando-se em sua fórmula primitiva de riqueza na forma daquilo que está excedendo, ou seja, aquilo que não está fora do âmbito das necessidades imediatas. Quanto menos o produto for necessário, mais ele se converte em produtos permutáveis ou em riqueza fixada. Assim, a mercadoria se apresenta como riqueza e vice-versa. Contudo, esse entesouramento passa a ser condicionado não como valor de uso, mas como valor de troca com mercadorias.

Neste contexto, para Marx o curso do dinheiro é uma manifestação da metamorfose das mercadorias, mediante a qual se realiza o metabolismo social, ora em crescimento, ora em decréscimo, trazendo em seu conjunto uma unidade de compra e venda cujo seu desdobramento aparece na condição de valor de troca efetivo alienado da mercadoria. Todavia, transformá-la em dinheiro não parece ser somente prerrogativa de uma circulação, mas uma necessidade individual para o possuidor de mercadorias quando já se encontra em uma forma alienada, ou seja, a forma autônoma desenvolvida no valor de troca não mais apresenta como forma de mediação da circulação, mas como um produto final.

O evolutivo crescimento das mercadorias, gerado a partir de seu valor de troca e valor de uso, onde aparece o dinheiro, cristaliza-se nas diferentes formas do dinheiro. Para Marx o emprego do dinheiro é resultado de dois pontos principais: o pagamento de dívidas e a compra daquilo que se necessita. Esse conjunto constitui a estrutura comercial, o modo de existência e os gastos habituais da sociedade e estes em conjunto determinam a massa da alienação.

Dessa massa alienada, Marx aponta que o trabalhador, por consequência, torna-se escravo de seu próprio trabalho, de forma que, quanto mais ele produz mais é privado dos meios de existência, no sentido mais restrito, os meios de

existência física do próprio trabalhador. Isso acontece pelo simples motivo que ele é expropriado de seu *trabalho* e em segundo pelo fato de receber meios de subsistência que atendam minimamente às suas necessidades básicas. A apropriação de tais objetos se torna uma objetivação revelada ao trabalhador a ponto de se relacionar com o seu próprio objeto de trabalho como se fosse um objeto estranho e a perda desse trabalho pode até significar de fato a sua invalidade até a morte pela fome. Com base nesta alienação, o trabalhador chega à condição de servidão, acreditando que só pode manter-se como sujeito físico na condição de trabalhador.

A alienação do trabalhador no objeto revela-se assim nas leis da economia política: quanto mais o trabalhador produz, menos tem de consumir; quanto mais valores cria, mais sem valor e menos desprezível se torna; quanto mais refinado o seu produto, mais desfigurado o trabalhador; quanto mais civilizado o produto, mais desumano o trabalhador; quanto mais poderoso o trabalho, mais impotente o trabalhador; quanto mais magnífico e pleno de inteligência o trabalho; mais o trabalhador diminui em inteligência e se torna escravo da natureza (MARX, 1983, p. 113).

Para Marx (1983), os conceitos de mercadoria e dinheiro são simples e estão em um nível tão elevado de abstração que embora o dinheiro esteja implicado no processo de existência da mercadoria, na realidade, os processos sociais aí envolvidos são pré-condições necessárias para a troca de dinheiro e de mercadoria, e estes integram as relações comerciais. A abstração deste processo alienado é extremamente visível, podendo ser considerado um circuito de competições geradas entre as classes, não somente através de um circuito de capital individual, mas coletivo, integrando-o ao social, transformando-o em circuito de capital em geral e a relação imediata do trabalhador com a produção. Em sua aparência e no imaginário social, no entanto esta relação torna-se oculta. A alienação é transmutada em outras características que são divulgadas para reproduzir as relações sociais que passam a ser efetivadas em torno dessa relação de mercadoria no processo de produção material. A produção de mercadorias, no entanto, tem como prerrogativa ser vendida. É através do comércio que a mesma é distribuída e trocada por dinheiro.

1.3 O COMÉRCIO

Imersos no desenvolvimento capitalista, o comércio aparece como um componente essencial da atividade econômica, o qual pode dizer que se originou a

partir da divisão do trabalho³ apontada por Marx (1978). Quando as tarefas produtivas começaram a se diversificar, a sociedade se pôs diante do acúmulo ou a escassez de alguns bens. O excedente então passa a ser produto de troca entre os indivíduos, constituindo aí o início da atividade comercial.

Witoslawaski (2013) descreve que as existências de trocas comerciais existem desde os primeiros povos. Os fenícios e os hebreus, a aproximadamente 2000 a.C., já se destacavam pela habilidade comercial e intercâmbio de mercadorias entre o Crescente Fértil e o Ocidente. Os Fenícios dedicavam-se às navegações, à procura de ouro, ferro e chumbo, como forma de obter sustento. Conseguindo manter relações com outros povos, fundaram colônias, compravam e vendiam seus produtos, cuja mercadoria se baseava em vinho, azeite, púrpura, tecidos e madeiras.

A abertura de rotas por todo Mar Mediterrâneo fez com que artefatos de cerâmica, metais, técnicas de navegação e armas fossem conhecidas por diversos povos. Os hebreus fixados em tribos na Palestina, às margens do Mediterrâneo, além de consumir mercadorias vendidas pelos fenícios, ainda cobravam impostos dos comerciantes estrangeiros. Os comerciantes foram provavelmente a classe mais dinâmica e aberta nos antigos impérios. No início da era cristã (século V), artigos de tecido (seda) já eram comercializados, vindo da China, aos patriarcas romanos. Os produtos já eram intercambiados entre a Europa, Ásia e África e as antigas civilizações americanas também já criavam extensas redes comerciais.

O autor aponta que no final do século XV, início do século XVI, os europeus ampliaram sua expansão, favorecido pelo comércio de ouro vindo da América, multiplicando a circulação de dinheiro nas feiras europeias. Enquanto isso, os comerciantes de Amsterdam criaram a primeira bolsa de valores, se tornando controladora direta da circulação de produtos americanos, asiáticos, além do comércio de escravos africanos, o que deu o impulso necessário a uma economia mundial, fundada no modo de produção capitalista.

³ A divisão do trabalho apontada por Marx é “a expressão econômica do *caráter social do trabalho* no interior da alienação.” Sobre a essência *social do trabalho*, descreve que é tido como um motor principal da produção de riquezas. O homem reconhece o trabalho como fonte principal para sua sobrevivência (MARX, 1978, p. 24).

Para Singer (1995) as práticas e procedimentos da esfera comercial foram em todas as épocas, em diversos setores, uns mais avançados, outros menos. Porém, toda a estrutura comercial pôs em contato as mais diversas sociedades e culturas, exercendo um papel importantíssimo para o desenvolvimento econômico. Na medida em que os comerciantes viajaram passando por várias formas de cultura, religiões e ideias adquiriam componentes de racionalidade, indispensável para a sobrevivência de seu comércio.

No terceiro volume de *O Capital*, Marx sinaliza que o comércio originalmente teve início nas transformações da sociedade feudal, das guildas⁴, compreendidas entre os séculos XIII a XV, e da produção camponês-caseira⁵, desenvolvendo seus produtos novos em mercadorias, abrindo caminhos para novos modos de produção baseados no mercado mundial. A manufatura então se fortaleceu, convertendo-se em grande indústria, fazendo então parte do mercado, tornando-se o comércio em um servidor da população industrial e conseqüentemente uma condição de vida. O comércio então serve ao *capital industrial*, emanado numa condição de produção, assegurando o *capital comercial* sobre o domínio do produtivo.

Na análise de Marx, sua ideia principal é que a esfera da produção é fundamental para a economia em geral. Ele entende que a produção, distribuição, troca e consumo não são elementos iguais, mas ao mesmo tempo, formam os membros de uma totalidade. Há nesse processo uma distinção individual dentro do desenvolvimento econômico e a partir de uma produção bem estabelecida, todas as demais, irão se relacionar de forma também definida.

Falar sobre estas formas de produção e troca, especificamente num fio condutor capitalista, Marx esclarece que o modo de produção e suas esferas determinam o desenvolvimento das condições vigentes. Nessas relações, a reprodução econômica é significativa quando a entendemos como sendo a garantia de sua manutenção e reprodução das relações sociais. É possível perceber aí uma relação de interesses de classes associadas. O Estado torna-se capitalista tendo como foco reproduzir as relações de classe nos níveis político, econômico e

4 As associações surgidas na Baixa Idade Média (séculos XII ao XV), formadas por artesãos profissionais e independentes, destinadas a proteger seus interesses e manter os privilégios conquistados (HAUSER, Lisboa, 1954).

5 Pessoas do campo ou meio rural que produzem suas mercadorias e as comercializavam (MARX, 1978, p. 274).

ideológico. É por isso que em toda a sua história nesta sociedade tem interferido na luta de classes em todos estes níveis, inclusive na relação entre a classe trabalhadora e o produtor industrial. O Estado, por sua vez, favorece o desenvolvimento comercial, oferecendo a este um caminho livre para sua expansão. Mas, o que é o comércio?

Comércio é o meio de aquisição normal entre os povos civilizados, define-se o comércio como o ramo de atividade econômica que tem por fim facilitar as trocas pela intermediação entre produtores e consumidores. Segundo Adam Smith, o comércio deve ser isento de proibições, considerando-se a livre concorrência como um princípio (EDIPE, 1993, p. 960).

Inicialmente o comércio recebeu uma atenção especial de intelectuais que desenvolveram uma concepção liberal a respeito das trocas de mercadorias. O Estado não deveria intervir na economia, o acaba por naturalizar o comércio, como é perceptível na citação anterior. Como é explicitada, a concepção liberal concebe que o comércio deve ser isento de proibições. É claro que aí está uma forma ideológica de conceber o Estado, pois nesta forma de percebê-lo deixa de lado as relações de produção que o produz.

Singer (1995) aponta que, economicamente distingue-se comércio “interno” ou “nacional” e o “externo” ou “internacional” (de importação e de exportação). O comércio interno se realiza dentre os indivíduos da mesma nação, enquanto no externo, as nações negociam entre si. Assim, pode-se considerar que se há uma produção há um consumo e conseqüentemente um comércio, seja dentro de uma mesma nação, seja fora dela.

No Brasil, o órgão máximo do Comércio é a Confederação Nacional do Comércio, fundada em 1945, tendo por objetivos principais: colaborar para o fortalecimento da unidade nacional e o desenvolvimento do comércio no país, cooperando para a evolução da economia por meio de técnicas que lhe assegurem rápida expansão, centrado num planejamento econômico adequado, estabelecendo um ambiente de confiança; defender a conveniente extensão do princípio da liberdade do comércio, como forma geral mais adequada ao crescimento do mercado interno e para proporcionar o aumento da renda nacional pela maior circulação das utilidades produzidas, bem como incentivar as relações internacionais; estimular no país, o ensino do comércio, economia e administração, incentivando a adoção de regras que assegurem a concorrência leal e existência de

harmonia entre as classes, contribuindo para a maior aproximação entre empregados e empregadores. Portanto, a confederação representa perante as autoridades administrativas e judiciárias os interesses gerais do comércio; celebra convenções e contratos coletivos de trabalho, promovendo maior solidariedade entre as atividades e categorias econômicas do comércio.

Essa estrutura comercial apontada anteriormente e princípio da Confederação Nacional do Comércio no Brasil, partindo dos pressupostos apresentados anteriormente, não é nada mais do que um instrumento de manutenção e reprodução das bases do capitalismo, entendida por eles como economia. Segundo Marx, o vendedor e o comprador aparecem no cenário de representações de forças produtivas, determinadas especificamente pelo valor social do trabalho, como fonte de adquirir o produto (capital) para ser considerado materialmente possuidor de uma soma que determina a soma expressa em dinheiro ou mercadoria.

A relação do comércio, apresentada por Marx, denota-se que o capital, na medida em que é considerado processo de produção, é subtendido em uma relação com o trabalhador. Ou seja, se o comerciante conseguir conquistar o consumidor, o consumidor efetivará e reproduzirá a situação do operário. Desse modo, o vendedor constitui o capital, do ponto de vista da produção capitalista, propiciando meios para efetivar a exploração do trabalho e possibilitar a ampliação da produção da *mais-valia*.

Outro elemento ligado ao comércio a ser analisado é a questão do juro. O *juro* também é uma forma de produção comercial. Marx aponta que o mesmo aparece como formas derivadas ou secundárias, isto é, como *capital comercial*. Este, porém, é submetido a uma função particular ao *capital industrial*, onde o comerciante ao invés de adquirir a mercadoria, compra trabalho assalariado destinado à produção de mercadoria a ser comercializada. Há, no entanto, uma transformação do comerciante em capitalista industrial e o capital industrial como uma forma de capital. Ou seja, o *produtor* se torna comerciante, dominando em sua primeira forma condições de produções não para uma forma individual, mas coletivamente, para o mundo comercial e em segundo, a produção se torna uma produção capitalista, posteriormente posto em circulação para a reprodução do capital. Neste sentido, o comerciante torna-se, produtor industrial e o produtor industrial, o comerciante.

O *juro* e a *renda* são tidos como uma parte do lucro, considerado, no entanto, produto necessário do desenvolvimento do capital industrial. Eles aparecem, pois, com a *mais-valia*, constituindo-se uma dada grandeza de *valor* de mercadorias que oscilam diante das diferentes esferas capitalistas. *Juro e renda* são, portanto, duas formas de mais-valia. No caso do capital industrial, eles apresentam como custos de produção e seu lucro condiciona o fornecimento da própria produção da mercadoria.

Defende Marx, que todas essas condições de produções se consolidam progressivamente em um processo que determina o desenvolvimento da sociedade capitalista, envolvido em cada elemento até mesmo o mais simples, a mercadoria. Cada elemento da mercadoria se desenvolve dentro da produção capitalista. Como exemplo, o trabalho livre se desenvolve como produção social, assumindo seus trabalhadores um papel próprio da produção socializada e ao mesmo tempo são constringidos a se submeterem ao trabalho assalariado.

O trabalhador na produção capitalista é não proprietário das condições de produção, todo seu trabalho excedente permanece como produção do proprietário e consumido pelos próprios donos. Isso foi apontado como poder de *usuras*, dos seus patrões sobre seus produtores, cujo poder centralizador assenta uma articulação política, arruinando conseqüentemente o desenvolvimento do trabalho social.

A *usura*, neste sentido, aparece como um novo meio de produção, em suma, como meio de centralização das condições do trabalho como capital. Contudo, a produção capitalista acaba por dominar a *usura* sobre o trabalho excedente, da qual dependia da continuidade do seu modo de produção.

Viana (2007) acrescenta que a natureza humana possui certas necessidades, como comer, beber, se reproduzir, as quais são necessidades primárias e ao satisfazerem suas necessidades primárias, desenvolvem outras potencialidades e, conseqüentemente, novas necessidades. Marx e Engels (1982) apontaram como sendo o primeiro ato histórico, esse primeiro ato de satisfação das necessidades primárias. Contudo, para Viana, o ser humano para satisfazê-las também desenvolve a potencialidade de produção, ou seja, o trabalho passa a ser também uma necessidade especificamente humana. As várias formas de produtividade apresentam como uma necessidade secundária e as outras necessidades

decorrentes do processo social que variam de acordo com a época e sociedade denominam-se de necessidade terciária.

Afirma Marx que os homens relacionam entre si através de seus produtos de trabalho como valores, não somente pelo caráter material das coisas, mas pelo valor de seu caráter social, enquanto a sua mercadoria assume um papel de produção e reprodução capitalista, condicionados numa relação comercial.

Marx e Engels observaram em uma das suas obras, que “os homens fazem sua própria história, mas não a fazem como querem; não a fazem sob circunstâncias de sua escolha e sim sob aquelas com que se defrontam diretamente” (MARX, 1978, p. 329).

Nesse sentido, esses autores Marx oferecem elementos essenciais de análise em uma abordagem sociológica, deixando claro que a questão da dominação do homem diante dos aspectos que intervêm na visão do mundo social implica-se numa relação particularmente provinda das relações sociais que se forjam na atividade de produção e, conseqüentemente, como dimensão essencial da vida das sociedades.

De certo modo, o processo de produção capitalista reflete na relação entre a produção, o produto e a sua comercialização. Nesse âmbito, a mercadoria ganha seu valor de uso, primeiramente sob o ponto de vista que esta satisfaz as necessidades humanas, posteriormente do conteúdo das determinações de seu valor.

Nesse sentido, o comércio praticado na Romaria de Muquém, desperta características que podem ser vistas como produção e reprodução capitalista praticada pelas relações sociais no âmbito religioso. A relação de produtos e mercadorias ali existentes evidentemente assume formas de valores. Assim, dedicaremos no próximo capítulo a apresentar como se dá a relação comercial em torno desta religiosidade e suas representatividades.

2 O COMÉRCIO E A ROMARIA DE MUQUÉM

Neste segundo capítulo, a intencionalidade é discutir o comércio formado em torno da Romaria de Nossa Senhora D'Abadia de Muquém. Nesse sentido, o foco aqui é nos aproximar o máximo possível do processo e das especificidades que resultam nesta tradição religiosa, adentrando na forma como ocorre a festividade assim como sobre a estrutura comercial que historicamente tem se formado. As informações apresentadas aqui foram retiradas de estudos baseados em referências já realizadas que abordam o seu surgimento, assim como através de pesquisas de campo e observações gerais. Este capítulo é apresentado no sentido de entender o contíguo comércio construído em torno dessa Romaria e sua influência nos aspectos religiosos, o que vai proporcionar elementos para compreender a relação entre o comércio ali presente e a própria Romaria.

O comércio no Santuário de Muquém acontece num entrelaçamento com as festividades religiosas por ocasião da Romaria. Esta, por sua vez, aquece o comércio na cidade de Niquelândia, no povoado de Muquém e também ao longo das rotas que dão acesso ao Santuário. Comércio e religião se inter-relacionam formando aspectos distintos. Emerge daqui um determinado fenômeno, cultural e político que integra a sociedade brasileira.

O comércio praticado dentro da área administrativa do Santuário e fora da mesma é qualitativamente ajustado a uma geração de interesses variados. Os diversos elementos que emergem daí indicam influências de atividades econômicas ao se apresentarem transações de compra e venda de produtos; gerações de trabalho; exploração da força de trabalho; aumento do fluxo de consumidores nos postos de combustíveis, supermercados açougues, padarias, peixarias, hotéis, bares e lanchonetes; motiva e constrange investimentos públicos e privados local e regional, dentre outros. Inclui-se ainda uma ampla mudança geográfica proveniente da intensa movimentação no interior e nas mediações do próprio Santuário.

O comércio esconde uma simbologia complexa no interior da Romaria. Daí é indispensável um estudo específico sobre este assunto, no sentido de revelar os elementos que motivam a capacidade produtiva gerada. O comércio aqui praticado

se dá, de um lado, dentro de um espaço organizado pela própria instituição religiosa e por outro, se realiza fora desse espaço, por intermédio de outras iniciativas.

Em suma, este capítulo dedicará a abordar o comércio que emerge com a Romaria de Muquém. Será considerado aqui o perfil dos comerciantes que ocupam o espaço comercial organizado pelo Santuário, assim como as relações que estabelecem entre si. Faremos isso através de dados obtidos com a pesquisa de campo e observações realizadas durante e após a Romaria. Iniciaremos esta trajetória com uma discussão sobre o seu surgimento.

2.1 A ROMARIA NA TRADIÇÃO RELIGIOSA

As festas religiosas, no que se tem demonstrado na história, estão ligadas às celebrações religiosas, cultos e divindades em seus diversos segmentos religiosos. Durkheim (1989) observa que a religião se apresenta como sendo um conjunto de crenças e de práticas relativas a entidades sagradas, que se unem em uma mesma comunidade moral, chamada igreja.

Partindo deste ponto de vista, nota-se que a Romaria apresenta-se como uma prática relativa à religião. É, portanto, uma forma específica de ato que se concretiza em uma determinada prática do catolicismo. A vida religiosa, observada por este viés é complexa e a religião, nesse sentido, apresenta-se como um conjunto sistematizado de crenças e práticas seguidas de rituais e orações ligadas ao Sagrado. Como aborda Durkheim em seu livro *As Formas Elementares da Vida Religiosa*,

[...] uma religião é um sistema solidário e de práticas relativas a coisas sagradas, isto é, separadas, proibidas, crenças e práticas que reúnem numa mesma comunidade moral, chamada igreja, todos aqueles que a ela aderem. O segundo elemento que participa assim de nossa definição não é menos essencial que o primeiro, pois, ao mostrar que a ideia de religião é inseparável da ideia de igreja, ela faz pressentir que a religião deve ser uma coisa eminentemente coletiva (DURKHEIM, 1996, p. 32).

O autor destaca que além da categoria do sagrado, a religião também tem seu caráter coletivo, ou seja, concebida como uma ideia de igreja manifestada no sentido de comunidade e estrutura social gregária. A religião, a partir deste ponto de vista, se realiza na ação de indivíduos que vão em busca do encontro com o

sagrado, por isso provocam reuniões, agregando indivíduos que procuram respostas para problemas fundamentais de sua vida e da vida de indivíduos de familiares ou próximos. Daí emerge um fenômeno amplo, que acaba por atingir toda a estrutura social.

Na concepção de Brandão (1996) as religiões populares no Brasil, formadas também pelo catolicismo rústico, fazem com que as formas populares de produzir e viver a religião são as que constituem realmente como religião. Lemos (2012) ressalta que as práticas de religião popular se dão no âmbito pessoal ou em comunidades. Essas práticas são vivenciadas sem muitas especulações, uma vez que seus praticantes buscam dar sentido para a vida recorrendo à experiência com o sagrado. É neste sentido que se observa que o sagrado acaba resistindo culturalmente ao longo da história e no interior do campo religioso.

Mircea (1992), em sua obra *O sagrado e o profano*, relatou que na estrutura social da religião é importante que se tenha um espaço especial para as práticas dos rituais religiosos, ou seja, um lugar sagrado, oposto do mundo profano, cujo objetivo é pôr os homens em contato com a realidade transcendente. Do seu ponto de vista,

[...] Se o Templo constitui uma *imago mundi*, é porque o Mundo, como obra dos deuses, é sagrado: lugar santo por excelência, casa dos Deuses, o templo ressanifica o mundo, uma vez que o representa e o contém ao mesmo tempo. Definitivamente, é graças ao Templo que o Mundo é ressanificado na sua totalidade. Seja qual for seu grau de impureza, o Mundo é continuamente purificado pela santidade dos santuários (ELIADE, 1992, p. 34).

O autor continua afirmando que a sacralização de um espaço é provocada geralmente numa hierofania, ou seja, é tida como um espaço de revelação do sagrado, tornando o espaço um lugar relativamente diferente, onde o homos religiosus deseja estar para encontrar com o seu sagrado.

De acordo com Teixeira (2005), símbolos católicos tradicionais estão enraizados na cultura popular, consequência da história pela qual percorreu o país. Segundo ele foi devido ao catolicismo tradicional popular trazido pelos portugueses na época da colonização que o mesmo chegou ao Brasil. Um conjunto de práticas foram instituídas entre os portugueses, índios, mestiços, ex-escravos e pequenos proprietários, através das quais foi se popularizando e edificando uma forma específica de ser da cultura aqui instituída. É nesse sentido que é possível notar que

este modelo de colonização exerceu fortes influências dos povos europeus que desde aquela época já praticavam esse catolicismo.

Assim compreendemos que o catolicismo como uma religião aberta a todos os povos e seus praticantes participa de cultos e cerimônias litúrgicas dentro ou fora do âmbito da igreja. A Romaria, neste contexto, é apresentada como uma prática religiosa coletiva.

Steil (1996) apresenta que as Romarias expressam e reforçam uma pluralidade do campo religioso católico com uma organização de rituais que se revela criativa pela sua capacidade de agregar símbolos que sensibilizam pessoas ou grupos de diferentes origens sociais. Nesse sentido, elas são portadoras de uma tradição constantemente reinventada por romeiros, pelo clero, pelos grupos religiosos, como forma de legitimar ou valorizar ações ou normas comportamentais.

Para Huff Júnior (2008, p. 56) falar de religião é falar de tradição. Aqui, importa considerar que o cristianismo enquanto religião, carregado de bens simbólicos dentro de uma formação histórica, torna a religião elementar à maioria das tradições religiosas locais.

A Romaria, no entanto, apresenta-se como uma viagem a lugares santos e de devoção, normalmente empreendidas por grupos ou por pessoas que desejam pagar promessas, pedir graças ou revelar sua gratidão pelos desejos alcançados. Normalmente estes grupos se juntam em caravanas para realizar esta jornada, muitos seguem a pé, em veículos diferentes, a cavalo, dentre outros.

Sanchis (2006) descreve que na época da colonização as Romarias eram manifestações religiosas populares que preenchiam o imaginário religioso das sociedades, principalmente as do Norte de Portugal. As Romarias eram um peregrinar muitas vezes doloroso, sem condições básicas, porém, possibilitava encontros com outras culturas, bem como uma concretização, um encontro com o *sagrado*. Otto (1985) ressalta que o sagrado é “totalmente outro” o “*numinoso*”, aquele que ultrapassa todo entendimento humano; aquele que cativa e emudece quem o experimenta, podemos aqui citar o exemplo do sentimento dos romeiros de Nossa Senhora D’ Abadia, que é expresso em suas ações, por exemplo, ao se

ajoelharem aos pés da imagem da Virgem, ao tocarem-na com as mãos fazendo o sinal da cruz.

Huff Júnior (2008) apresenta em sua pesquisa que em Belém, por exemplo, na Romaria do Ciro Fluvial, em veneração a Nossa Senhora de Nazaré, os romeiros saem em procissão em embarcações fluviais, levando a Santa pelo Rio Amazonas, fazendo homenagens, cantando e fazendo suas orações. No Brasil, as Romarias mais tradicionais são as de Nossa Senhora Aparecida, em Aparecida, São Paulo; a Bom Jesus da Lapa em Bahia; a São Francisco de Assis, Canindé no Ceará. Em Goiás, a Divino Pai Eterno em Trindade e a Nossa Senhora D'Abadia em Niquelândia.

Registros apontam que o início da devoção a Nossa Senhora D'Abadia se deu em Portugal, país de grandiosos monumentos históricos religiosos relacionados à Virgem Maria segundo a tradição, questão apontada por Vieira (2001). Existia na comunidade de Braga, em Portugal, um mosteiro que abrigava monges da Abadia ou da Ordem de Cister do povoado de Bouro, por volta do ano 883. Assim, o nome "Abadia" se refere à comunidade religiosa ou abrigo dos monges, erguida próximo às montanhas de Geres após a invasão dos povos árabes mulçumanos. Com a destruição do convento de Bouro, em 1834, os monges abandonaram o convento, levando a imagem e se refugiaram em montanhas e cavernas, e segundo relatos desta história, anos depois foi encontrada a imagem de Nossa Senhora D'Abadia na entrada de uma gruta, por volta do ano de 1100. Erguida ali uma igreja de pedra lavrada para abrigar a Imagem, começaram naquele lugar as peregrinações de fiéis que vinham rezar, pedir e agradecer pelas graças alcançadas.

A aparição de Nossa Senhora D' Abadia, segundo a tradição, aconteceu no meio do declive de um vale ameno e sombreado, com a vista direta para o monte de São Miguel, onde repousava o primitivo cenóbio. A imagem estaria em uma caverna natural constituída pelo desvão de rude penhasco aonde gorgoleja uma fonte de água límpida. Sobre o penado levantaram uma estátua da Virgem em 1883. À direita de quem entra na gruta está uma inscrição moderna em Português, com a certeza de quem nunca duvidou que o achado da imagem fosse em 1107 (CÂNDIDO, 2017, p. 47).

Para Cândido (2017), de acordo com a Igreja Católica, a devoção é um ato de veneração e dedicação íntima, constituída na fidelidade de venerar, neste caso, a Nossa Senhora D'Abadia. A sua devoção chegou ao Brasil e foi introduzida no

Estado da Bahia, em 1718, em Jandaíra, tendo Nossa Senhora D'Abadia como padroeira.

Pereira (1999, p.55) analisa o conceito de devoção que, se enquadra dentro de um universo da religiosidade popular, nascida geralmente da “crença de determinados poderes sobrenaturais que o santo de devoção possa ter frequentemente um acontecimento extraordinário, um milagre”. Azzi (1994, p. 296) ressalta que “a devoção de um fiel ao santo se mostra como uma garantia de ajuda para as necessidades no decorrer de sua vida”.

Acrescenta Tinhorão (2012, p.3) que a veneração de um devoto em um determinado santo é uma prática vinda da antiguidade e levam muitos fiéis a deixarem suas casas, cidades, ou país por uma grande veneração. Esse deslocamento é chamado de peregrinações em sua versão ibérica de romaria, lembra-se das excursões dos primeiros cristãos a Roma.

A motivação de caminhadas coletiva (romarias) quando se fala de fé, baseou-se na crença de que, determinados locais, considerados sagrados, poderiam ter poderes sobrenaturais por estarem concentrados neles as forças da natureza, pela descoberta de algo milagroso junto a rios, fontes, pedras, bosques, santuários, os principais alvos de devoção (CÂNDIDO, 2017, p. 28).

Para o autor, as procissões adotadas pelo Cristianismo foram institucionalizadas como Igreja, ganhando regras litúrgicas e diversas variantes como as procissões de bênçãos para dias determinados pela igreja como: Domingo de Ramos, procissão de peregrinação, procissões comemorativas de milagres ou acontecimentos da vida religiosa ou civil, procissões de transladações de imagens ou relíquias.

Tinhorão (2012) relata que por meio desses acontecimentos, houve, no entanto, a volta de peregrinações de fé coletiva popular. Historicamente os Círios e as Romarias em Portugal constituíram manifestações de devoção comunitária para a prática de um determinado culto. Pode-se então concluir que a peregrinação e ou Romarias, são incorporadas pela igreja a vários ritos litúrgicos que se revelam em procissões e esta em seu caráter litúrgico revela-se na devoção comunitária de grupos particulares movidos pelas informações de acontecimentos maravilhosos ou obrigados a cumprirem uma promessa seja ela coletiva ou individual.

Segundo Geertz (1989) os aspectos culturais e as mudanças na cultura ecoam na religião. Para ele, a religião é um dos aspectos da cultura e define que a cultura é um conjunto de significados transmitidos ao longo da história, condensado de significados e expressados em formas simbólicas por meio das quais as sociedades se comunicam e desenvolvem suas relações. Geertz (1989, p. 24) acrescenta ainda, que a religião é “um sistema de símbolos que atua para estabelecer poderosas, penetrantes e duradouras disposições e motivações nos seres humanos”.

Para Durkheim (1989), um dos caminhos para compreender a cultura popular é a religião, conseqüentemente também para entender a sociedade, vez que ela reforça e legitima aquilo que o grupo social busca que seja legitimada. Neste caso, o aspecto mais visível da prática da romaria.

Nessa relação cultural de que a religião é a busca do indivíduo ou de um grupo da sociedade àquilo que acreditam, a exemplo das Romarias, Lemos (2012, p. 21) aborda que,

Entre as motivações que levam os indivíduos a buscarem uma religião, está o desejo de garantir sua vida no aqui e agora. [...] veremos que a grande maioria dos pedidos se refere à busca de saúde, emprego, moradia, boas relações sociais na família e fora dela. [...], ou seja, com suas necessidades de sobrevivência cotidiana.

Retoma Durkheim (1989, p. 30) que “a religião é a própria sociedade”. Serve, portanto, para o sujeito entender sua condição de vida e determinada posição social. Acrescenta Lemos (2012) que essas práticas incluem expressões culturais dos diferentes grupos étnicos e sociais que compõem o conjunto de seus participantes.

Marx (2013, p. 45), afirma que “é mais fácil descobrir o cerne terreno das nebulosas representações religiosas, analisando-as, do que seguindo o caminho oposto.” Concorda Brandão (2007, p. 19) que entre tantos elementos culturais que compõem a cultura popular, a religião é um dos melhores caminhos para compreendê-la.

Como vimos, o surgimento das Romarias ocorre no meio cultural com maior centralidade no universo urbano, aqui não é o objetivo discutir ou compreender a religião, mas, abordar que as Romarias, mais especificamente a Romaria de

Muquém, dentro da perspectiva da totalidade, apresenta em sua prática de festividade, uma relação estabelecida, envolvendo sociedade-religião-comércio. Vejamos mais de perto as especificidades da Romaria de Muquém.

2.2 A ROMARIA DE MUQUÉM

Artigos publicados sobre o Santuário Diocesano de Nossa Senhora D'Abadia do Muquém, apresenta que a Romaria é uma das mais importantes do Estado de Goiás. Geograficamente o Santuário do Muquém está situado no município de Niquelândia, como pode ser identificado no mapa no quadro abaixo.



Quadro 1: Mapa do Estado de Goiás. Em destaque a localização do município de Niquelândia. Fonte: www.google.com.br/search=imagem+do+município+d e+niquelandia+mapa

A devoção a Nossa senhora da D' Abadia de Muquém teve início no século XVII, período predominantemente dominado pela mineração de Goiás, em 1732, na região de Muquém. A origem da Romaria deve-se a um quilombo formado por escravos, pacificamente conquistado por um feitor que pretendia capturar escravos para as minas. Este fez um voto de que se a conquista fosse pacífica iria construir ali uma capela dedicada ao santo do dia, e assim foi feito, ergueu ali uma capela dedicada a São Tomé, no dia 21 de dezembro. Ao redor da capela, surgiu o arraial de Muquém, atraindo aventureiros, mineiros, mercadores e militares, dentre eles, Antônio Antunes, europeu, mineiro de profissão, que descobriu a região minas de

ouro, conforme trata num trecho da carta de Padre Daniel, escrita ao Bispo D. Joaquim, entre 1867 e 1872.

Exmo. Revm^o Senhor - Tenho a honra de acusar a recepção do respeitoso ofício de V. Excia. Revm^o. A respeito dos seguintes pontos: - em que ano pouco mais ou menos foi edificada a capela do Muquém, filial a esta freguesia de São José do Tocantins; qual o devoto que a edificou; autoridade que deu a concessão, e a cargo de quem está presentemente a mesma capela, assim mais explicações dadas, as esmolas ou votos dos fiéis... [...] consta tradicionalmente ter estabelecida na povoação do Muquém por Antônio Antunes, europeu, que tendo descoberto ricas minas de ouro, o crimina em razão de ocultar a riqueza dela para eximir da satisfação do direito que era obrigado: vexado por perseguições, valera da Senhora D' Abadia, título da sua particular devoção, fazendo o voto: que colocaria uma imagem com este título na capela, se livrasse do crime que o imputaram (BERTRAN, 2002, p. 131 e 132).

A coroa portuguesa regia regras severas a quem ignorasse as leis auríferas quanto ao pagamento ao “quinto de ouro”. Assim, por ter-se recusado a pagar o quinto, este foi denunciado. Em tal situação, o português fez uma promessa, caso se livrasse de tal acusação, de buscar em Portugal uma imagem de Nossa Senhora D' Abadia. Julgado inocente retornou à cidade de origem, freguesia de Santa Maria do Bouro em Portugal. Após longa viagem na Travessia Atlântica, adquiriu a imagem de Nossa senhora D'Abadia e depositou-a na capelinha de São Tomé. A capelinha era muito simples, porém, as famílias vinham rezar o terço e os benditos de Nossa Senhora.

A devoção mariana espalhou pelas províncias do Império de Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso, Pernambuco, Maranhão e Bahia. A atração de pessoas se deu em decorrência de relatos de testemunhos sobre milagres concedidos a fiéis que oravam aos pés de Nossa Senhora D'Abadia.

A devoção a Nossa Senhora D'Abadia em Muquém pode ser vista através de vários ângulos que ressaltam aspectos específicos sobre o seu surgimento, como descreve Santos (2005). Esse relata que do ponto de vista lendário, como cita Bernardo Guimarães em *O ERMITÃO DE MUQUÉM*, há relatos sobre pessoas que há anos já peregrinavam e rogavam a intercessão da Virgem Nossa Senhora da Abadia naquele sertão tão distante, cercado de serras e cheio de matas.

Ali tomou Gonçalo o hábito de ermitão, e viveu por algum tempo em profundo retiro na prática de assíduas e austeras penitências [...]. Mas um vivo desejo de peregrinar pelo mundo o preocupava de contínuo, e sua alma inquieta e atormentada pelos remorsos, aos quais não achava lenitivo

nem nas orações, nem nos jejuns e penitências, era agitada por um secreto pressentimento de que o céu o chamava a outros lugares a fim de cumprir uma piedosa missão, que ainda não lhe fora revelada (GUIMARÃES, 1858, p. 56).

Do ponto de vista histórico Vieira (2001) descreve que é possível que a veneração tenha se dado através dos mineradores portugueses que se expandia por todo o estado de Minas Gerais e conseqüentemente no estado de Goiás, como cita Paulo Bertran (1997, p. 124) que “essa devoção chegou anterior a 1765”.

Para Paulo Bertran (2002), a romaria, desde a primeira década do século XIX, era um ato conhecido por muitos. Diz o autor, que o padre Silva e Souza, em 1812, já escrevera sobre o pequeno arraial de Muquém, segundo o qual no dia 15 de agosto romeiros da região e de outras capitanias festejavam Nossa Senhora D’Abadia. Acrescenta que a romaria tem reflexos de um desbravamento de civilizações que chegaram à região de Goiás e abriu caminhos entre serras e matas favorecendo uma povoação do interior goiano. A Igreja instalada no povoado de Muquém era tida como ponto de referência de descanso dos tropeiros que utilizava os vales do rio Tocantins para tocar o gado. Levantando hipóteses de que “É possível, porém que a romaria tenha existido desde essa época, também como um *alibi* para transações comerciais”.

Outro ponto de vista sobre o surgimento da Romaria é a do Bispo Dom José Chaves (2012), emérito da Diocese de Uruaçu, e o bispo Dom Francisco Prada (1978), em seus escritos sobre a história da diocese de Uruaçu, o qual relata que a devoção a Nossa Senhora D’Abadia teve início no século XVIII. O povoado de Muquém foi ocupado por escravos (que fugiam e se organizavam em quilombos) por bandeirantes, portugueses e mineiros que chegavam a Goiás à procura de ouro na região e um homem vindo de Portugal instalou-se na região e descobriu uma mina de ouro.

Padre Daniel da Silva Rocha, responsável pela romaria entre os anos de 1859 a 1872, também descreve que testemunhou em carta que após o português ter deixado a imagem de Nossa Senhora D’ Abadia na capela de São Tomé em Muquém, os números de devotos e frequentes peregrinações aumentaram, ficando então estabelecida a Romaria de Muquém.

Oliveira (2011) destaca as várias versões do surgimento da Romaria de Muquém, chama a atenção para o *mito fundante*. Segundo ressalta, o mais conhecido é a história contada pelos milagres religiosos acontecido no povoado que ali se instalou, sendo um local propício para construir esconderijos ou quilombos.

Nesse caso, a autora ancorada em Eliade (2000), ressalta que o mito fundante é uma realidade cultural que relata um acontecimento, uma narrativa de uma criação, onde seus personagens são entes sobrenaturais. Continua Croatto (2004), que o mito é uma descrição de um acontecimento, no qual os *Deuses* agem com o objetivo de significar a realidade.

Cândido (2017) mapeou em seu trabalho cidades goiana que possuem igrejas (capelas) dedicadas a Nossa Senhora D'Abadia. Consta-se um total de vinte cidades, dentre elas, Uruaçu, Muquém, Barro Alto, Goianésia, Itaberaí, Itauçu, Anápolis, Abadiânia, Sancrelândia, Ivolândia, Varjão, Montividiu, Joviânia, Jataí, Piracanjuba, Buriti Alegre, Itumbiara, Quirinópolis e Cachoeira Alta. "Talvez tenha sido influência do Santuário de Muquém" (CÂNDIDO, 2017 p. 88).

Para Sinvaline (2008), a Romaria de Muquém é uma tradição que existe desde o século XVIII, período da mineração e da escravidão na região, portanto, considerada uma das mais antigas do Estado de Goiás. É venerada em 15 de agosto, pelo fato de que precisamente neste dia celebra a devoção também à grande Romaria no Santuário de Bouro, na montanha de São Miguel, na diocese de Braga em Portugal.

Retirada a 45 quilômetros a oeste de Niquelândia encontra-se a mata do Cipó defronte para um terreno limpo onde se localiza o Santuário de Nossa Senhora d'Abadia. Em volta do Santuário, se armam os acampamentos dos peregrinos que dividem espaços com os comerciantes. Emerge daí um fenômeno levando a romaria a constituir um lugar considerado uma verdadeira "cidade da fé".



Figura1: Vista frontal do Santuário de Nossa Senhora D'Abadia de Muquém. Romaria de Muquém (2018). Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Segundo Boletim Informativo do Santuário, o Santuário do Muquém datado de 1748, é o mais antigo do Planalto Central. Em 2004, foi inaugurado um novo Santuário no chamado morro Cruzeiro, com capacidade para 20 mil pessoas sentadas (na figura ao lado). Anteriormente, havia ali próximo outro Santuário, de menor estrutura o qual é atualmente usado como restaurante, que acolhe romeiros ao longo da visita ao Santuário. Em 2015, foi elevado a ícone de Nossa Senhora D'Abadia do Muquém, recebendo o título Gemellaggio com a Basílica da Anunciação, Israel, reconhecida pela Custódia da Terra em Jerusalém.

Atualmente, o Santuário é considerado referência da fé católica no Estado de Goiás. Pertencente à Diocese de Uruaçu, é um espaço cercado por matas, montanhas e córregos. O templo conta com serviços de rádio e rede web TV para transmissão das celebrações; posto de atendimento ao romeiro que queira realizar seu cadastro para contribuição mensal; posto de venda de devocionário de Nossa Senhora, usado nas celebrações e novenas durante a Romaria.

A festividade tem início no dia 5 de agosto com uma procissão de romeiros carregando com andor a imagem de Nossa Senhora D'Abadia. A saída se dá na Igreja Matriz, da Paróquia São José, da cidade de Niquelândia para a celebração de uma missa campal na Igreja Nossa Senhora D'Abadia por volta das 17 horas. Após a celebração dá-se início à caminhada de 45 km, seguindo pela chamada Rodovia

da Fé⁶, até a chegada ao Santuário de Muquém. A romaria é seguida de pessoas a pé, de carros, caminhões, motocicletas, bicicletas, cavalos dentre outros.

Durante o percurso são montadas, por membros da organização, algumas tendas que servem de ponto de apoio aos romeiros. Nestas tendas ficam à disposição o corpo de bombeiros e a polícia militar rodoviária. Há também tendas montadas para oferecer lanches, medicamentos e água aos peregrinos.

Documentários da Organização das Voluntárias de Goiás (OVG) relatam que o Centro de Apoio ao Romeiro (CAR), neste ano de 2018, atendeu cerca de 20 mil pessoas no primeiro dia da Romaria de Nossa Senhora D'Abadia de Muquém. Uma estrutura foi montada ao longo da rodovia, especificamente no quilômetro 14 da GO-237, para acolher peregrinos com lanches e atendimentos de saúde, tais como curativos, aferição de pressão arterial e massagens. Neste ponto de apoio os romeiros contaram ainda com banheiros com duchas para banho, espaço de convivência com bancos destinados a descanso e tomados para recarregamento de celulares.

Celina Urzêda, coordenadora do Centro de Apoio ao Romeiro, ressalta que há a participação de muitos voluntários, entre médicos, enfermeiros, auxiliares de enfermagem que atuam no atendimento dos romeiros. Acrescenta Jeane Abdala, diretora de Ação Social da OVG, que é montada uma estrutura para atendimentos aos peregrinos, com um centro de amparo, uma rede colaborativa, com contribuição de funcionários da Organização, empresários, prefeitura de Niquelândia, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar dentre outros órgãos, serviços estes disponibilizados para oferecer o apoio necessário aos fiéis.

Observa-se que a chegada ao Santuário no dia seguinte ocorre por volta das 5 horas da manhã. A imagem é introduzida no Santuário com uma procissão numerosa de romeiros que expressam sua devoção das mais diversas maneiras. Na chegada da Santa ao Santuário, é utilizado um carro de som, que acompanha a procissão e no local anuncia a entrada da Virgem D' Abadia. O carro de som

6 Segundo a Agência Goiana de transporte e Obra (Agetop): A Rodovia Estadual- GO 237 – Km 45 – que liga o município de Niquelândia ao povoado de Muquém, é conhecida como Rodovia da Fé por ser um caminho por onde passam peregrinos rumo ao Santuário de Nossa Senhora D'Abadia. “Há anos, centenas de fiéis saem de Niquelândia, após a missa, às 19 horas do dia 5 de agosto, a pé, em procissão, levando a imagem de Nossa Senhora” (CHAVES, 2012).

possibilita que na chegada seja realizado o convite aos romeiros ali hospedados a se levantarem e saírem de seus acampamentos e irem saudar a imagem de Nossa Senhora D' Abadia, onde ficarão nos próximos 10 dias. Entoando vários hinos, soltando fogos, percebe-se a movimentação de pessoas saindo de seus acampamentos rumo ao Santuário e ao encontro da imagem, sendo carregada pelos fiéis.

O encontro de várias pessoas com a imagem demonstra sentimentos de respeito e atitudes de veneração, muitos erguem os braços, ajoelham-se, tocam-na com as mãos; expressões de lágrimas são visíveis, batem palmas, acendem velas e entoam cânticos em louvor.

Muitos dos romeiros chegam ao Santuário e visitam a imagem de Nossa Senhora D'Abadia que fica exposta em um altar, sustentada com um pilar, há aproximadamente oito metros de altura, com fitas amarradas da imagem até o chão. Para passarem aos pés da Santa os romeiros formam longas filas, outros adentram o Santuário de joelhos e seguem até a imagem. Ao passarem pelo altar, vários tocam nas fitas, faz o sinal da cruz, se ajoelham, fazem orações, dão nós nas fitas ali dispostas, depositam suas ofertas em envelopes, moedas ou dinheiro em uma abertura na parede próximo ao pilar, com um informativo, indicando para deixar ali sua oferta.

Durante a romaria, muitas pessoas se hospedam em acampamentos reservados em áreas de *camping* em torno do santuário, como pode ser observado na figura abaixo. Há um espaço específico reservado às famílias e um espaço comercial, ocupados durante a realização da romaria, os quais dividem espaços com barracas comerciais dos mais variados tipos de mercadorias.



Figura 2: Área destinada ao acampamento de Romeiros. Fonte: www.hildodocandango.com.br

O comércio instalado dentro de um espaço estruturado pelo Santuário de Muquém se constitui em tendas comerciais distribuídas em ruas previamente demarcadas. A área comercial dispõe no período de Romaria uma variedade de produtos que são comercializados. As barracas comerciais possuem estruturas diferenciadas, algumas são pequenas, outras maiores e há aquelas que ocupam vários lotes.



Figura 3: Imagem do próprio comércio numa visão panorâmica. (2018) Fonte: Arquivo pessoal da autora.

As barracas são cobertas com lonas e com pilares de sustentação em madeira diversa. As armações da barraca comercial são montadas com paus de bambus, planta típica da região e de fácil tiragem. Embora o local seja asfaltado, os pisos de algumas barracas são forrados com plásticos, que segundo os próprios

comerciantes transparece ao cliente ser um espaço limpo e ao mesmo tempo serve como local para colocarem os produtos expostos à venda. As barracas dispõem de uma variedade de mercadorias. A maioria dos produtos chega até o centro comercial de Muquém em caminhões tipo baú.

No ano de 2018 foram celebrados os 270 anos da romaria, tendo como tema: 270 anos de amor e devoção a Mãe D'Abadia do Muquém. A festa contou com a participação significativa de romeiros, vindos de diferentes regiões, conforme informa o boletim do Santuário:

A Romaria de Muquém 2018, que marcou os 270 anos de devoção a Nossa Senhora d'Abadia, se encerrou na manhã desta quinta-feira, 16, após doze dias de graças e bênçãos. Com o coração repleto de emoção, milhares de fiéis se despediram de mais uma edição da mais antiga romaria de Goiás na tradicional Missa de Despedida dos Romeiros. Na ocasião, muitos devotos e romeiros aproveitaram para se colocar diante da Imagem da Santa, clamando por sua intercessão e proteção. [...] Segundo estimativas, aproximadamente 400 mil pessoas, provenientes de diversas localidades do estado e do país, visitaram o santuário mariano durante as celebrações em louvor à Padroeira de Goiás (CASTRO, 2018).

Dom José Chaves (2012), em *História da Diocese de Uruaçu*, descreve que o povoado de Muquém é um espaço que também faz parte de um roteiro de turismo-religioso cultural e ecológico - de Goiás e sem perder o sentido original, a romaria também é uma oportunidade de negócio para a população local. Há também um pequeno campo de aviação de terra, usado pelos políticos que vão à Romaria. No dia 15 de agosto, ponto alto da romaria, os romeiros participam da solene missa festiva, com a presença de autoridades municipais e estaduais.

A Romaria acontece de forma organizada, onde vários serviços são oferecidos, como sanitários, restaurantes, estacionamento para veículos, policiamento, corpo de bombeiros, fiscais de trânsito, água tratada, iluminação pública, limpeza urbana, ruas asfaltadas, sinalização, farmácia, posto telefônico e ponto de atendimento ao romeiro no interior do Santuário.

O boletim informativo da 8ª Companhia Independente do Corpo de Bombeiro Militar em Niquelândia noticia a realização de trabalhos preventivos desde 2015, com distribuição de material educativo entre os romeiros acampados, prestação de atendimentos durante toda a festividade, além da montagem de uma estrutura de

atendimento na rodovia GO 237 e no povoado de Muquém, como já foi apontado anteriormente.

A extensa programação da parte religiosa da romaria, tem início ainda em julho com a realização do Tríduo de Oração, que representa os primeiros pontos de preparação para a festividade. As celebrações festivas se através de um conjunto de manifestações diversas. No cartaz de divulgação dos 270 anos da festa, percebe-se a diversidade de atividades, tais como, missas com horários estabelecidos e reflexões ligadas a temas Mariano, confissões, novenas, shows católicos, via sacra, vigílias, batizados, entretenimento e procissões com a Imagem de Nossa Senhora D' Abadia pelas ruas em torno do Santuário.

Uma das tradições da Romaria são as apresentações dos grupos de folias. O grupo mais conhecido é dos Foliões que se autodenomina "Folia Consagrada de Nossa Senhora D' Abadia", com mais de 10 anos de tradição. Os romeiros foliões, cerca de 60 pessoas, saem da cidade de Brazlândia, cidade satélite de Brasília-DF, em seus carros e outros montados a cavalo, carregando uma bandeira com a imagem de Nossa Senhora D' Abadia. O grupo percorre em média dez dias, passando por cidades vizinhas e lugarejos, fazendo a cantoria da folia até a chegada ao Santuário de Muquém. Ao chegarem ao Santuário, por volta do dia 10 de agosto, estes foliões adentram o Santuário entoando hinos da folia em agradecimento a Nossa Senhora e faz ali mesmo, de frente ao altar do Santuário, a entrega da mesma. Terminada a folia, alguns dos foliões permanecem nos acampamentos até o final da Romaria, enquanto outros voltam para sua cidade de origem.

Dia 15 de agosto é considerado o ponto alto da programação da Romaria. A solenidade dos 270 anos foi presidida pelo bispo da Diocese de Uruaçu/GO, Dom Messias e celebrada por vários padres com a participação de milhares de fiéis, autoridades representativas da sociedade política, dentre eles o governador do Estado de Goiás José Eliton, que acompanhou o início da romaria em Niquelândia. Ao passarem com a Santa pela rodovia que leva até o Santuário, o mesmo inaugurou o caminho construído ao lado da rodovia para a passagem a pé dos romeiros.



Figura 4: interior do Santuário, em uma Missa de celebração aos 270 anos de Romaria (2018). Fonte: Arquivo pessoal da autora.

A via dos romeiros, inaugurada no dia 05 de agosto de 2018, tem como objetivo dar maior segurança e facilitar o deslocamento do romeiro que faz a caminhada a pé ao longo da rodovia, uma vez que a movimentação de veículos, motos, motocicletas, cavalos é intensa nestes dias que ocorrem à romaria.

Na missa de finalização da romaria, no dia 15 de agosto, o Bispo Dom Messias em sua homilia destacou,

[...] Os 270 anos de devoção a Nossa Senhora D'Abadia não é uma pequena história... É uma longa história, marcada por muitas alegrias, angústias, conquistas. Aqui, neste Santuário, Ela acolhe cada um como Mãe. O romeiro, ao entrar aqui, seu olhar se volta para a pequena Imagem que está atrás do altar. (...) Sua saudação chega aos nossos ouvidos, nossas dores se transformam, nosso desespero se converte em esperança, um novo brilho reaparece em nossos olhos. (...) Dom Messias dirigiu suas preces [...]. Nossa Mãe amada, fortaleça todos nós, peregrinos vacilantes neste mundo. Ela alcance de Seu Filho amado as bênçãos que mais precisamos para continuarmos nossa peregrinação neste mundo. (...) Possamos, com Maria, perceber que o Senhor fez e continua fazendo maravilhas em nós e seu nome é santo. Amém! (CASTRO, 2018).

Nesta celebração, como sendo ano de período eleitoral, o bispo diocesano em sua homilia apresentou uma crítica mordaz à política brasileira. Ele observou a necessidade de dirigentes políticos viverem com paixão o seu serviço ao povo, que anteponham o bem comum aos interesses privados, afirmando que é preciso apoiar aqueles que conhecem as dores e as angústias da sociedade. Acrescentou ainda: “Não desperdice seu voto com pessoas que só aparecem na Igreja no tempo da

campanha política. (...) Precisamos acordar, é tempo de acordar, porque queremos um Brasil novo”.

Sobre essa forma de posicionamento de representantes da igreja, Lemos (2012, p. 23) observa em seus escritos que a religião e o sentido da vida em sociedade aparecem como uma busca constante dos indivíduos em “entender-se a si mesmo e os outros, com valores, instituições e com os significados presentes na sociedade”.

Desta forma, a sociedade apresenta uma gama de valores e regras a serem observadas e exige que realizem suas ações de acordo com as mesmas. Assim, a religião pode oferecer elementos que garantem certa harmonia social, por ser um sistema carregado de símbolos que aciona motivações duradouras capazes de provocar nos indivíduos uma ordem de existência social. Nela estão incorporadas ideias, atitudes, julgamentos, caráter, ou seja, sintetiza o estilo de vida da sociedade, a visão de mundo e as ideias mais abrangentes sobre a ordem social em que vivem.

É imprescindível destacar que a Romaria de Muquém, como sendo uma manifestação religiosa existente há mais de dois séculos, imprime valores e características de uma comunidade envolta de laços sociais em diferentes aspectos. Sobre a ideia de comunidade Bottomore (1996) aponta que se tornou um passaporte para descrever unidades sociais que podem variar de comunidade para comunidade, conjuntos habitacionais, semelhanças de grupos étnicos, nações ou organizações.

Outro aspecto sobre esse assunto é destacado por Bauman (2003), para ele se vier a existir uma comunidade no mundo dos indivíduos, ela precisa ser tecida em um conjunto de compartilhamento de interesses iguais de direitos e com igual capacidade de agir em defesa desses direitos. Nessa conjuntura, a ideia de pertença a uma comunidade continua sendo uma demanda em nossa sociedade. Cohen (1985, *apud* Lemos, 2012, p. 72) sugere que a “comunidade” reproduz uma ordenação de relações e modos de pertença social. Assim, os indivíduos vão se constituindo em comunidade, se transformando e formando sua própria identidade.

Estas relações constituídas Bauman (2003) entende como modernidade “líquida” em seu estado “sólido”, tomando como característica a certeza de um

modernismo, onde os desafios dos indivíduos são um diálogo necessário entre as distintas culturas que compõem as comunidades. Sobre a relação dos indivíduos e a sociedade Bauman (2003, p. 16) ainda diz que a ideia de comunidade é formada por “um tipo de entendimento que precede de acordos e desacordos”. Desde modo, a Romaria de Muquém apresenta um diálogo entre os vários interesses de uma comunidade com distintas culturas e confirmada nas críticas subjacentes a centralidade do indivíduo na sociedade contemporânea, conforme apresentou o discurso do Bispo Dom Messias em trechos acima citados.

Geertz (1989) coloca que os desafios no campo religioso vêm sendo refutado pelas mudanças culturais que incitam a uma recriação dos ritos religiosos tradicionais, com o intuito de aproximar melhor a demanda atual da vida cotidiana dos fiéis sem perder o potencial orientador.

Acrescenta Lemos (2012),

Como vimos, as mudanças que estão ocorrendo na cultura, com maior centralidade no universo urbano, com alto grau de individualismo, e o potencial das religiões populares em oferecer respostas às questões relacionadas ao cotidiano, são as religiões de tipo institucionais as mais desafiadas a buscar novas formas de responder às necessidades atuais dos fiéis (LEMOS, 2012, p. 19).

Vejamos a seguir como é estruturado e como se apresenta o comércio instalado em torno da Romaria de Muquém, o que também vem apresentando uma natureza distinta estabelecida entre diferentes modos de vida e se construindo ao longo dos anos.

2.3 O COMÉRCIO NA ROMARIA DE MUQUÉM

O município de Niquelândia, maior do Estado de Goiás em área, coberto por várias serras e vales, destaca-se pela sua principal atividade econômica como sendo ainda a mineração. É considerado um município de potencial turístico em função de suas riquezas minerais, religiosas e culturais, destacando dentre elas a Romaria de Muquém. Culturalmente guarda traços da herança do ouro em determinadas características de sua arquitetura colonial, cuja igreja Santa Efigênia, edificada pelos escravos no século XVIII, abriga um altar pintado a ouro.

O município foi fundado em 1735 por Manuel Rodrigues Tomar e Antônio de Sousa Bastos, que saíram do Arraial da Meia Ponte (atual Pirenópolis), para desbravar o norte goiano em buscas de riquezas. Em divisão territorial datada de 1950, é constituído o distrito de Muquém.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aponta uma população estimada em 2018 de 46.039 pessoas. Da População residente, quase 30.000 pessoas integram a Comunidade católica apostólica romana, segundo Censo 2010. Ainda sobre os Dados do IBGE, sobre as cidades de 2016 apontam um total de 853 empresas atuantes no município. Em relação ao trabalho e rendimento populacional, apontado, a proporção de pessoas ocupadas em relação à população total é de 13%, considerando o salário médio mensal de 2.4 salários mínimos e considerando domicílios com rendimento mensais de até meio salário mínimo por pessoa, a ocupação chega a 39% respectivamente.

Economicamente o município se destaca pela exploração de minérios e pelo turismo que tem se desenvolvido em virtude dos atrativos turísticos do município. Conforme justificativa do Projeto de Infraestrutura Municipal,

Destaque principalmente para o Turismo Religioso, com a Romaria Nossa Senhora da Abadia do Muquém que atrai anualmente 300 mil pessoas durante os 10 dias de evento. Pode-se incluir também como força turística o Lago Serra da Mesa que atrai turistas o ano inteiro. O Turismo de Pesca Esportiva é sem dúvida o cartão postal do município. Vale ressaltar que além do turismo religioso e de pesca, Niquelândia possui riquezas culturais (casarios, igrejas), belezas naturais (cachoeiras e grutas) (Projeto Básico de Infraestrutura da Prefeitura de Niquelândia, 2015, p. 1).

Ainda segundo o Projeto de Construção de Infraestrutura turística para o povoado de Muquém,

[...] No que se refere ao principal produto turístico do município- Romaria Nossa Senhora da Abadia do Muquém, muitas obras de infraestrutura precisam ser implantadas para melhoria tanto para os turistas quanto para a população. Obra a ser implantada: Pavimentação Asfáltica das vias de acesso ao Santuário de Muquém e vias de acesso as ruas do Povoado. Tal obra se justifica para a melhoria de acesso ao Povoado, beneficiando assim a população local os romeiros, visitantes e turistas. Espera-se com essa grande obra de infraestrutura turística que outros benefícios positivos virão em virtude do turismo como fortalecimento da economia, dinamizar o acesso, criação de polo turístico (cachoeiras) e outros. Vale lembrar que a obra está em conformidade com o programa governamental.

O povoado de Muquém é constituído de uma pequena comunidade, cerca de 40 casas residenciais, uma escola municipal e um posto de unidade básica de saúde. Neste, há também construções de restaurantes, bares e lanchonetes, que são alugados ou abertos aos finais de semana e com maior intensidade durante o período da romaria.

Como os autores mencionaram a respeito do surgimento da Romaria de Muquém, em torno do povoado, entre serras e matas, pode se ver o morro do cruzeiro, onde está construído o Santuário. O povoado sempre foi um ponto de encontros e transações comerciais entre os exploradores de minas que desbravavam o sertão goiano, bem como o seu povoamento dado em função da busca de riquezas.

Em outro trecho da carta de Padre Daniel, escrita ao Bispo D. Joaquim, podemos observar mais detalhes sobre a região. Segundo consta neste documento:

O terreno do Muquém era coberto de matas, que havia no lugar que hoje forma o recinto da povoação do Muquém, um grande quilombo de escravos foragidos, que um indivíduo de nome João Crisóstomo, diretor da companhia de homens denominados Capitães do Matto, se dirigiram para o quilombo no dia 10 de agosto, dia de São Tomé, ano de 1740, e, achando os escravos reunidos e com grande quantidade de carne moqueada, os ataram e depois de atados, ali permaneceram por algum tempo em exploração do terreno que finalmente apelidaram por Muquém. Depois disto o mesmo Crisóstomo deparando com minas de ouro no referido lugar mudou-se para lá, levando grande número de pessoas, e pela influência da abundância do ouro, começou a prosperar (BERTRAN, 2002, p. 132).

Cândido (*apud* Vieira 2001, p. 11), destacou na origem histórica da veneração a Nossa Senhora D' Abadia em Muquém:

De Cocal, nas vizinhanças de Traíra e São José do Tocantins, arraial que chegou a ter certa importância no tempo da mineração eram 12.000 os escravos ocupados da extração do ouro. Por causa dos maus tratos, fugiu um magote (Multidão, grupo, bando) dos mencionados escravos. A procura deles saiu o feitor, levando consigo algumas pessoas. [...] chegou ao lugar hoje conhecido como Vendinha. De lá avistou movimento de pessoa no vale. Eram eles os escravos fugitivos. Estavam ocupados em moquear a carne. Sabia que logo após iriam saboreá-la, e como de costume caíram na bebedeira. [...] O local chamava-se Muquém. Eles já tinham começado a exploração do ouro que ali era abundante. O feitor deliberou ali ficar com eles continuando a exploração. Construíram uma choupana de palha e no meio dela uma capelinha. [...] A imagem atual é Nossa Senhora D' Abadia. Aumentando de dia em dia a devoção, foi estabelecida uma romaria (CÂNDIDO, 2017, p. 71).

Padre Aldemir Franzin, reitor do santuário, diz que o comércio na romaria é tão antigo quanto a devoção a Nossa Senhora d'Abadia em Muquém. O comércio surgiu junto à devoção para atender as necessidades básicas dos devotos e dos viajantes. Segundo ele, artigos do Santuário demonstram que nos primeiros decênios havia um comércio abastecido pelos comerciantes que deslocavam das províncias de Minas Gerais, Bahia e Cuiabá, vindos com seus cargueiros, carregados de sal, ferramentas, tecidos, pólvora e outros. O comércio ocupava um lugar determinante à porta da antiga capelinha São Tomé, local em que encontrava o oratório de Nossa Senhora D'Abadia. O comércio de Muquém continuou presente na linha do tempo, passando por vários períodos históricos nesta região.

O comércio permanece na história da romaria até nossos dias, atualmente, num espaço urbanístico do Santuário. Está localizado na região norte e para sua realização na Romaria é destinada uma área de cinquenta mil metros.

Como podemos perceber na figura abaixo, o espaço é organizado sistematicamente em ruas bem definidas, iluminadas, asfaltadas e mapeadas. A figura demonstra a estrutura do espaço num período após a Romaria. Percebe-se que há demarcações de lotes e quadras enumeradas em placas e algumas demarcações numéricas no chão, escrita com tinta branca. Há também demarcações de lotes em metragens de um metro em calçadas, em torno da área cercada.



Figura 5: Espaço destinado à montagem das barracas comerciais. Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Este espaço comercial foi construído há pouco menos de 15 anos. Antes a este espaço, as barracas em lonas e outras cobertas de palhas, extraída de

coqueiros da região, eram montadas de forma desordenada em uma área aberta que se localizava de frente ao Santuário. A área de chão batido provocava uma poeira densa que se misturava com as mercadorias, muito lixo, restos de comidas, águas em torneiras, faziam lamas em meio às barracas. Não havia banheiros públicos, os romeiros utilizavam as matas e o próprio espaço do acampamento para fazer suas necessidades fisiológicas. O cenário era precário. Até por volta dos anos 90 a estrutura era bem diferente. A impressão era de um desordenamento geral que provocava inclusive, consequências para a saúde dos romeiros, uma vez que a alimentação era dificultada, os resíduos se misturavam ao sol forte e escaldante levando muitos a se desidratarem. Esta área onde o comércio era praticado atualmente possui asfalto e é destinada ao estacionamento de veículos no período da romaria, ponto de encontro de caravanas e montagem de tendas de orações e shows artísticos organizados pelo Santuário.

A área destinada ao comércio recebeu os nomes de “área comercial” ou “shopping de Muquém”. Há ali uma diversidade de produtos que são comercializados, tais como gêneros alimentícios, vestuários, calçados, vasilhas, tapetes, artigos religiosos, ferramentas, remédios, eletrônicos e outros. A gastronomia faz parte da culinária da romaria. O comércio é um centro de abastecimento da Romaria. A existência de mercados, açougues, energia elétrica, banheiros sanitários prestam significantes serviços de atendimento.

Na concepção de Pe. Aldemir o perfil do comerciante é aquele que vem para ganhar um determinado lucro, ele conhece os produtos e vão de encontro aos clientes, devotos e turistas. Em suas próprias palavras:

O comerciante se vê como devoto e abençoado por Nossa Senhora D'Abadia. Há inúmeros testemunhos da ação da Santa D'Abadia na vida dos comerciantes. A motivação para um espaço comercial está na crença de que a Santa abençoa. O perfil do consumidor é exigente e valorizador.

Levantamentos realizados em documentos do Santuário apontam que a organização do espaço comercial dentro da área da instituição também é administrada pelo Santuário. Anualmente são cadastrados aproximadamente 800 barraqueiros. São pessoas que se deslocam de vários lugares. Para a instalação de uma barraca é cobrada uma taxa anualmente, o que lhe dá a garantia do seu espaço. Os valores cobrados são diferentes, pois depende da metragem do espaço

alugado. Os comerciantes chegam a partir do dia primeiro e permanecem até o dia 16 de agosto.

Os espaços ocupados pelos romeiros nos acampamentos na área do santuário também são comercializados, ou seja, são cobradas taxas anualmente, que segundo depoimento de Franzin, é considerado como meio de manutenção do espaço. Nesse mesmo sentido é que são cobradas taxas de energia elétrica, fornecida a cada lote durante os festejos. O terreno em torno do santuário e da parte comercial, pertence ao Santuário e suas rendas são atribuídas à própria instituição.

Várias parcerias são necessárias para a manutenção da infraestrutura e organização do espaço ocupado pelos romeiros, dentre elas o Governo do Estado de Goiás, a prefeitura, corpo de bombeiros, policiamento das rodovias e no local da Romaria há um posto de saúde e atendimento de emergência, Companhia elétrica de Goiás (CELG), Companhia Saneamento de Goiás (SANEAGO) dentre outras.

No boletim informativo do Senar 08/12/2017 apresentam ainda informações sobre a participação da Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás (Faeg), do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural em Goiás (Senar Goiás), do Instituto para o Fortalecimento da Agropecuária de Goiás (Ifag) e do Sindicato Rural (SR).

Para o presidente da Faeg e do Conselho Administrativo do Senar Goiás, José Mário Schreiner,

É importante prestigiar eventos grandiosos como a tradicional Romaria de Muquém. É nosso dever participar de festas como estas, que resgatam nossa cultura e história. Um local que potencializa nosso setor, atraindo produtores rurais de todo o Brasil, e que gera renda ao nosso estado.

Para o presidente do Sindicato Rural (SR), Cirino Vicente Ferreira,

É importante participar de uma festividade tão importante como a Romaria do Muquém. Nossa festa é totalmente rural. Com certeza, a festa fortalece nosso setor e mostra a força da agropecuária goiana.

Segundo Valdeto Ferreira, prefeito de Niquelândia, a festa é um exercício da fé. “Nesta época do ano percebo o quanto as pessoas amam a festa e andam até a Santa, Nossa Senhora D’Abadia, e também fortalece o turismo religioso”.

Para os próximos anos, o Senar Goiás, em parceria com a Prefeitura e o Sindicato Rural (SR) de Niquelândia, pretende desenvolver projetos que buscam

oferecer geração de empregos e rendas a esta comunidade, com programas de: 'Técnica de Pintura', 'Móveis Trançado em Fibras' e 'Flores de Fibras Naturais'. A ideia é proporcionar nos próximos anos ornamentações à festa com artesanatos característicos da região.

Segundo a secretária de Cultura, Ana Mathilde Martins, a parceria possibilitará também que a comunidade seja capaz de produzir artesanato com características locais. "Para ela, o projeto será uma porta de entrada para o turismo religioso de Niquelândia, já que a festa de Muquém foi a grande incentivadora do programa. Segundo ela, a ideia é primeiro profissionalizar a população, para daqui seis meses iniciar a comercialização dentro desta região e também nas regiões atingidas pela romaria.

Há parcerias que contribuem com trabalho de organização, segurança, dentre outros serviços, visando o bom acontecimento da Romaria. Há apoio de aproximadamente 150 policiais militares e civis durante o período da festa. Além disso, são realizados contratos com empresas de segurança civis (seguranças, socorristas, brigadistas), que envolve cerca de 100 pessoas. Há empresas que prestam parcerias de serviços como energia (ENEL), água (SANEAGO), elétrica (WE elétrica), tendas (Companhia Tendas), transporte (Empresa de Transporte).

Outras parcerias são estabelecidas com o Governo do Estado de Goiás, Prefeitura Municipal de Niquelândia, Promotoria Pública, Corpo de Bombeiros, Polícia Civil, Polícia Militar, Polícia Rodoviária Estadual, Polícia Ambiental, Conselho Tutelar, OVG (Organização das Voluntárias de Estado de Goiás), Empresas de apoio aos peregrinos na Rodovia dos Romeiros (Votorantins Metais Níquel, Anglo American), associando cerca de 800 a 1000 pessoas.

Pe. Aldemir Franzin afirma que para a estruturação e efetivação da romaria não há nenhuma espécie de repasse de verbas para o Santuário, pois no Brasil, há a liberdade religiosa e o Estado é laico. Entretanto, há parcerias formadas com órgãos e instituições que realizam serviços estruturais, como pavimentação asfáltica, banheiros químicos, tendas, limpeza das ruas, coleta do lixo, abastecimento de água, serviços humanitários com alimentação aos voluntários e policiais, apoio aos peregrinos, assistência médica.

Em torno da romaria há também o comércio clandestino que se refere à venda de um conjunto de coisas fora do espaço controlado pela igreja. Esse comércio “clandestino” é gerado por moradores da região que reservam seus produtos como ovos, galinhas, porcos, gado, mandioca, farinha, polvilho, artesanatos etc., para serem vendidos ao longo do festejo. Geralmente, neste período, os preços dos produtos são encarecidos, vendidos por um preço maior do que aquele praticado nos demais dias do ano. O comércio citado como clandestino, faz referência ao comércio praticado fora do espaço controlado pelo Santuário, ou seja, o comércio praticado no povoado de Muquém e ao longo da rodovia.

No povoado de Muquém há cerca de 40 casas residenciais, que não fazem parte do território administrado pelo Santuário e que também faz girar um comércio de barracas de bebidas, danças, shows, alugueis de casas, lotes para estacionamento, banheiros e outros. Bem próximo ao povoado há também um rio, denominado Traíras, em torno do qual se constitui também um comércio com bares, lanchonetes e serviços de guia turístico.

Ao passar pela rodovia 237 deparamos com investimentos, classificados pelo Governo como obras de infraestrutura, para melhorar a qualidade e favorecer o bom andamento da Romaria de Muquém, conforme confirma o Boletim de comunicação do Santuário. Dados do projeto revelam que a obra licitada prevê a implantação da pista exclusiva para pedestres, prolongamento de bueiros e outros procedimentos na GO-237 que liga o distrito ao município. O trecho total é de mais de 39,5 km, com valor estimado em R\$ 19 milhões.

Outra obra de infraestrutura também foi citada no portal da prefeitura de Niquelândia em 2015, visando a melhoria direta do povoado de Muquém que prevê pavimentação asfáltica nas vias de acessos e na própria área do Santuário.

O comércio está presente em todos esses espaços e inclusive nos trajetos percorridos pela romaria, desde o lugar onde acontece a primeira missa (na Paróquia Nossa Senhora D' Abadia em Niquelândia) onde é iniciada a procissão da romaria, assim como no decorrer do percurso, se estendendo durante a rodovia, nos espaços urbanos do povoado de Muquém até o comércio estruturalmente organizado pelo próprio Santuário.

Em todo o trajeto há comerciantes que aproveitam o período da Romaria para vender suas mercadorias. Esse tipo de comércio não é administrado pelo santuário, daí a denominação “clandestina”, citada anteriormente. Ao passar pela Vila Taveira, povoado de Niquelândia, há pouco mais de 100 quilômetros do Santuário, já se percebe uma movimentação de comerciantes ao longo da rodovia. Os comerciantes se preparam para abastecimentos e atendimentos aos romeiros que passam por ali para chegarem ao Santuário.

Para facilitar o deslocamento dos romeiros da cidade de Niquelândia ao Santuário, nesse período cerca de 30 veículos entre vans e micro-ônibus, faz o serviço de transporte diariamente, vez que não há linha fixa de ônibus para atender a demanda. A taxa cobrada em 2018 pelos usuários do transporte foi de dez reais.

2.3.1 ESTRUTURAS COMERCIAIS DO ESPAÇO DO SANTUÁRIO

O Santuário de Muquém apresenta uma estrutura com espaços claramente mapeados, sendo as áreas enumeradas e em destaque de vermelho na figura abaixo é possível notar a área destinada ao centro comercial.



Figura 6: Painel disposto no interior do Santuário.
Fonte: Arquivo pessoal.

O mapa descreve pontos de localização e nomeação das avenidas principais de acesso ao santuário (que a partir do dia 12/08 algumas foram interditadas ao fluxo de veículos), especificação do portal de acesso ao santuário, campo de futebol,

caixas de abastecimento de água, posto policial, posto de bombeiros, áreas de camping, praças, reserva ambiental, morro da cruz, córregos, cachoeiras, cemitério, antigo santuário, banheiro público, Santuário de Nossa Senhora D'Abadia e o povoado de Muquém com apontamento de uma cabine de telefone público e posto de saúde. Todas estas informações elaboradas em um mural informativo encontram-se disposto no interior do Santuário, próximo à entrada principal com o objetivo de facilitar a logística da Romaria, dos romeiros, dos visitantes e dos servidores.

O espaço em torno do santuário é delimitado por cercas, cujo acesso se dá por dois grandes portões, localizados na Avenida dos Ipês, com guarita para controle de fluxo de pessoas e veículos. Nos portões principais de acesso ao Santuário, a placa indicativa ao acesso da área comercial é visível.



Figura 7: Portões de acesso ao Santuário. 2018.
Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Uma grande área localizada em frente ao Santuário é destinada ao estacionamento de veículos, monitorado e controlado pelo próprio Santuário. Neste estacionamento é cobrada uma taxa em reais/hora por veículo no período da romaria, bem como utilizada como centro de eventos ou shows artísticos, que são organizados pelo próprio Santuário.

Ao longo da Avenida dos Ipês, principal rua de acesso ao Santuário, algumas placas de advertências são constatadas. Em uma das placas a escrita adverte a proibição da emissão de som por veículos automotores em movimentos ou estacionados, ficando o mesmo sujeito a guincho e auto de infração, sendo infração

grave com perda de cinco pontos na carteira, multa e retenção do veículo. Em outra, expressa a proibição de qualquer tipo de construção na área de acampamento que permaneça após a romaria, e caso isso aconteça sofrerá ação judicial. Por último uma placa de segurança, advertindo aos motociclistas sobre a obrigatoriedade do uso de capacetes dentro da área do Santuário.



Figura 8: Placas de advertências Avenida dos Ipês. 2018. Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Nas trilhas e subidas ao Morro do Cruzeiro, há um portão com guarita, com monitoramento e controle do fluxo de pessoas. O objetivo é dar segurança e orientar os aventureiros quanto aos riscos que as trilhas oferecem.

A estrutura comercial da área de camping conta com serviços de registro de lotes, recolhimento de taxas para manutenção de direito de posse dos mesmos, determinação de espaços, serviços de fornecimento de água e energia elétrica, fiscalização, monitoramento da área feito por fiscais de segurança, contratados pelo Santuário, além do policiamento nas ruas que procuram coibir qualquer tipo de ação contra a ordem pública. Nesta área de camping é proibido o acampamento de pessoas fora do período da romaria, mesmo os que têm o direito de pertença do lote.

Para o fornecimento de água e energia elétrica são contratadas empresas que prestam atendimento às famílias em seus lotes. Cada responsável pelo lote faz um cadastramento, efetua o pagamento de taxas e logo a empresa responsável fica encarregada do fornecimento. São instalados em cada lote um medidor de energia

elétrica para registro individualizado do gasto de energia. Para a instalação de energia é exigida a compra de um poste em madeira, fornecida pela empresa, para que se possa instalar o medidor elétrico. Após o término da Romaria, estes postes e medidores são recolhidos pela própria empresa fornecedora, deixando os lotes limpos.

A pouca sinalização dentro do espaço do Santuário prejudica o fluxo de veículos, não foi constatado placas de sinalizações de “entrada e saída”. Nos dias mais intensos é comum haver engarrafamento de veículos que queiram entrar e sair da área, embora tenham nas ruas guarda de trânsito para controlar esse fluxo, o que não é suficiente.

Verifica-se ainda a ausência de informações disponíveis aos visitantes da Romaria. O mapa localizado no interior da igreja traz informações importantes sobre a localização de áreas e pontos específicos, porém insuficientes. Os romeiros ou visitantes, em grande maioria não adentram ao santuário a procura de tais informações.

Em sua estrutura, a ausência de informativos de calendário das celebrações religiosas nos dias da Romaria também dificultam a orientação sobre as atividades realizadas e proporciona certa ansiedade para aqueles que chegam e queiram participar das celebrações religiosas.

2.3.2 O CENTRO COMERCIAL DO SANTUÁRIO

O espaço comercial é estruturado dentro da área de administração do Santuário, cercado por matas, possui um espaço delimitado por cercas de alambrados, com ruas de acesso asfáltica, iluminadas e com portões de acesso. Na fachada do portão de acesso ao centro comercial (figura abaixo) é destacada a imagem de Nossa Senhora D' Abadia, com a seguinte frase: *“Shopping Comercial, esse espaço é seu! Sejam bem Vindos!”*.



Figura 9: Fachada principal do portão de acesso ao Centro comercial. 2017. Fonte: Arquivo pessoal da autora.

O centro comercial é denominado “Shopping do Muquém”, é um espaço restrito ao Santuário, no qual seus lotes, iluminação, fiscalização, segurança, serviços de limpeza, divisão de lotes, mapeamento, cobrança e recebimento de taxas são de responsabilidade e administrado pelo próprio Santuário. A área destinada à parte comercial corresponde uma área de 50 mil metros quadrados, num espaço físico organizado em quadras e lotes enumerados, asfalto, iluminação pública, abastecimento de água e banheiros. Esta área corresponde a cerca de 400 a 500 pontos de locação, tamanhos variados que variam de um a dez metros quadrados. Em média são ocupados 350 pontos durante a Romaria.

O espaço físico é destinado à locação de pontos para comerciantes montarem suas barracas comerciais. Para o acesso ao centro comercial, há um portão, onde é vedado o trânsito de veículos, e em sua estrutura é possível perceber o acolhimento aos consumidores e visitantes em nome da Santa Padroeira. Logo ao lado do portão de entrada, há o escritório comercial, banheiros e almoxarifado.

O Escritório Comercial na Romaria é o sistema que organiza o funcionamento, o monitoramento e o processamento das informações, no que concerne ao espaço comercial. Trata-se de uma repartição que presta serviços de venda dos pontos, assim como para a identificação dos comerciantes, a manutenção das estruturas, limpeza, segurança, fiscalização, e atua em busca de parcerias e processamento de dados, além da disposição de estruturas, equipamentos e serviços. No total dispõem cerca de 50 funcionários que prestam serviços de fiscalização, limpeza, segurança, atendimento, gestão operacional dentre outros.

As barracas são distribuídas e organizadas em lotes e ruas mapeadas. A montagem das barracas comerciais é autorizada após o dia 1º de agosto de cada ano. Para permanência ou instalação de uma barraca comercial é cobrada uma taxa de acordo com o tamanho e a localidade do lote, variando entre cem e mil reais.

Todos podem adquirir um espaço para venda de produtos, porém, o comerciante para adquirir um ponto comercial deve seguir alguns procedimentos adotados pela organização comercial do Santuário, como o pagamento via eletrônico de boletos referente àquele ponto desejado. Ao ser quitado, o comerciante se dirige ao Escritório Comercial, localizado dentro da própria Área Comercial, onde um agente comercial irá realizar um cadastro de informações e identificações, expedindo então uma permissão para a instalação da barraca. Os comerciantes pagam também taxas de energia elétrica, inspeção sanitária e inspeção de segurança realizada pelo Corpo de Bombeiros pelo período de 01 a 16 de agosto.

O espaço destinado ao centro comercial tem na época da Romaria sua grande área de ocupação com barracas montadas dos mais variados tamanhos e estruturas. Cada comerciante tem o direito de montar sua barraca obedecendo às exigências determinadas pelo setor responsável pela parte comercial, neste caso, o Escritório comercial na Romaria.

Para a montagem das barracas e organização do espaço, há um serviço de informação e fiscalização prestado por parte dos agentes comerciais. Estes são funcionários contratados pelo Escritório Comercial para prestarem serviços durante a Romaria. Os mesmos têm a responsabilidade de atender o público comerciário e consumidor; orientar quanto à montagem das barracas; indicação do mapa de locação e apontamento do lote; fiscalizarem os lotes, os produtos, a segurança, a limpeza e a inspeção de equipamentos de segurança exigida pelos bombeiros; a segurança das instalações, dos veículos, dos comerciantes e consumidores, do trânsito; manter a limpeza das ruas comerciais, banheiros, instalações e coleta de lixo; processamento operacional de identificação e cadastramento do comerciante (nome, endereço, telefone, data de nascimento, registro).



Figura 10: Alvará de licença expedida pela prefeitura de Niquelândia. 2018. Fonte: registro fotográfico realizado pela própria autora.

Em pesquisa de campo realizada, foi possível perceber em vários estabelecimentos comerciais, o alvará de funcionamento, disposto em local visível. Um dos comerciantes entrevistado nos cedeu autorização para registrar o alvará de funcionamento expedido pela prefeitura municipal de Niquelândia, o que demonstra que o santuário recebe o apoio da prefeitura para o controle legal do comércio ali instalado. O alvará de funcionamento do estabelecimento comercial é fiscalizado pela Prefeitura de Niquelândia e trazem informações sobre a localidade, o tipo de comércio, a área utilizada, a identificação do proprietário, bem como do fiscal e data de registro do departamento de arrecadação tributária.

Os comerciantes (também chamados de barraqueiros), alojados neste espaço comercial se dividem em barracas cobertas por lonas. Os comerciantes têm acesso ao fornecimento de energia elétrica e água em torneiras instaladas no local. A montagem das barracas fica a cargo dos próprios barraqueiros, assim como a compra de fios e lâmpadas para a instalação do fornecimento de energia.

O fornecimento de água é gratuito e para cada quadra comercial há uma construção de alvenaria coberta, com tanques e torneiras para o uso dos comerciantes. As taxas referentes ao fornecimento energia também são contabilizadas por dias alojados e pagos em boletos no escritório comercial do Santuário.

Em pesquisa, constatamos que no espaço comercial há uma variedade de barracas dos mais diversos produtos, destacando entre as mesmas, vendas de roupas, cama, mesa e banho, sapatos, produtos eletrônicos, artigos religiosos, farmácia, restaurantes, lanchonetes, supermercados com açougue, frutaria, posto telefônico, utilidades domésticas, joias, dentre outros. Há aqueles também que trabalham como “artistas de rua” com pinturas e apresentações.

A variedade comercial e de mercadorias ali apresentada é uma clara demonstração da necessidade criada pelo capitalismo para a comercialização de produtos que atendam aos mais variados gostos e classes sociais. Estabelece ali uma forma específica de comércio, aquele que se efetiva sobre o crivo da igreja e para a igreja. O foco comercial durante a Romaria é o lucro por parte dos comerciantes e a compra por parte dos consumidores. Um dado interessante é que não foi verificado nenhum tipo de pagamento de mercadoria em cartão ou crédito bancário. A questão é que o lugar não dispõe de internet para tal fornecimento.

Outra questão relevante que convive lado a lado com o comércio no interior do Santuário é a *Cidade de Lona*, como aponta Cabral (2018), se estabelece em um espaço delimitado, onde romeiros de várias partes do Estado de Goiás montam acampamentos, em terrenos delimitados e alugados pela igreja, formando uma grande *Cidade de Lona*. Em coerência com a autora, destaco aqui também o “*Shopping de lona*”, onde foi observada uma variedade de produtos dispostos em bancas, com valores diferentes e grandes ofertas no final das vendas, ou seja, no último dia da Romaria.

Os produtos expostos à venda em grande maioria são dispostos em prateleiras e balcões improvisados. Objetos são pendurados nas paredes internas e externas, outros são colocados amontoados no chão ou até mesmo na porta de entrada das barracas, cujo objetivo é chamar a atenção do cliente. Os preços das mercadorias são expostos através de placas ou cartazes improvisados. Há também os atendentes que ficam sempre em pé constrangendo os indivíduos que passam a entrarem e verificarem as mercadorias à disposição.

A montagem deste centro comercial inicia-se com maior intensidade a partir do dia 05 de agosto. A correria dos barraqueiros em montar suas barracas, organizar seu espaço e expor seus produtos é intensa. Terminada o período da

Romaria, o mesmo ocorre em recolher seus produtos, desmontar suas barracas e deixarem o local.

2.3.3 A ÁREA DE CAMPING DO SANTUÁRIO

A questão comercial na Romaria não se dá apenas no local destinado especificamente ao comércio. Outras áreas são comercializadas, a exemplo da área de camping. O lugar é destinado a acampamento dos romeiros, muitos deles chegam ao primeiro dia da festa ou até mesmo antes desta começar, e ali ficam até o final.

A área de camping instalada no interior do espaço estruturado pelo Santuário é uma área de mata, com grande vegetação preservada e destinada ao acampamento de romeiros que utilizam tendas com formato de estrutura metálica e coberturas com lonas. As barracas são montadas debaixo das árvores, próximas ou distantes do templo e ocupam espaços simétricos entre cinco e quinze metros. Por ser uma área de preservação ambiental é proibida a construção de casas de alvenaria.

O espaço é dividido em 10 grandes áreas. As ruas principais são asfaltadas e iluminadas, tendo pontos de coleta de lixo e disponibilidade de água e energia para todos os lotes. Durante a Romaria, para cada área é destinado um fiscal, que tem a responsabilidade de fiscalização e monitoramento da área.

Os lotes reservados ao acampamento são em torno de 1.900 unidades. Para sua ocupação é necessário que cada representante tenha um cadastro efetuado pela administração do Santuário. Em época da Romaria é cobrada uma taxa anual no valor de um real e cinquenta centavos por metro ocupado, com pagamento por via eletrônica, dinheiro esse utilizado na manutenção do acampamento, limpeza, monitoramento, conservação, remoção de lixo e resíduos, corte de galhos, fiscalização e roçagem. Apesar da propriedade assegurada do espaço para aqueles que fazem a locação, após alguns anos subsequentes de inadimplência o cadastro

se torna inválido e a família não tem mais a posse do mesmo, sendo o lote destinado a outras famílias.

Na área do acampamento é autorizada a entrada de veículos particulares de propriedade dos acampantes e a construção de barracas em lonas ou tendas e até mesmo barracas improvisadas sobre camionetes e caminhões. Os banheiros são improvisados em lonas. Em alguns lotes, percebe-se a construção de pequenos banheiros com tijolos e sem cobertura.

Nos acampamentos são proibidas atividades ilegais e som automotivo com volume elevado, como já foi destacado anteriormente através das placas ali expostas. Toda a área é controlada por fiscais, contratados pelo santuário. Há também policiais militares que fazem a segurança da Romaria, que entre outras coisas também atuam na tentativa de coibir o uso de drogas, excesso de álcool, disparos de fogos de artifícios ou armas de fogo.

Neste espaço ambiental de camping, há inúmeras árvores do cerrado de grande e pequeno porte. Estas árvores são preservadas, sendo proibida qualquer ação de corte das mesmas. No Boletim do Santuário, em 11 de janeiro de 2019, destaca-se a importância de estender as melhorias do Santuário para a preservação da área ambiental. Neste documento todos os romeiros e toda a população do entorno, são convidados para participar do plantio de mudas de árvores nativas em torno do santuário. Ressalta ainda que a medida traz uma série de benefícios ambientais, dentre elas o cuidado com a “Criação e a Casa Comum” e “Viver a fé, preservando o meio ambiente”. Ou seja, preservar a origem do lugar.

A área de camping começa a receber romeiros desde o início da Romaria e ali permanecem durante toda a festividade. Cada família acampada é responsável pela organização, montagem de barracas e limpeza diária de seus lotes. Ao final, o local deve ser todo esvaziado, barracas desmontadas e retiradas da área.

Em torno da área de acampamento há uma mata de reserva ambiental, portanto não pode ser usada ou ocupada por romeiros. No interior desta mata há trilhas que dá acesso a um morro, denominado “Cruzeiro da Serra”, por onde várias pessoas percorrem como forma de peregrinação. A trilha passa sob córregos e cachoeiras.

Há também algumas construções em torno do Santuário, tais como Posto da Polícia Militar, o antigo Santuário, hoje utilizado como restaurante do santuário, estação de tratamento de água, banheiros públicos, guaritas nos portões de acesso à área do santuário, cemitério, campo de futebol, estacionamento de veículos e praça de eventos. Embora seja proibida a construção de qualquer tipo de estrutura que permaneça após o período de Romaria na área de camping, ou aos arredores do Santuário, há algumas poucas construções permanentes que foram autorizadas pelo Santuário, a exemplo de uma grande estrutura em alvenaria, onde é montado o supermercado dentro da área comercial.

2.4 PERFIL DOS COMERCIANTES DO SANTUÁRIO

O objetivo deste tópico foi buscar compreender o perfil do comerciante que participa do comércio na Romaria. O objetivo é aprofundar na leitura e conhecimento sobre a representação criada pelos comerciantes a respeito da própria Romaria, conforme sinaliza Marx (1978) em torno de um processo instituído pelo capitalismo, há sempre o predomínio da mercadoria, logo, de representações que caminham no sentido da coisificação da vida na sua mais diversa instância.

A pesquisa realizada entre os dias 05 e 15 de agosto de 2018, contou com a participação de 18 comerciantes que vendem seus produtos em barracas improvisadas no espaço comercial “Shopping do Muquém”. As entrevistas foram realizadas com o auxílio de um questionário já elaborado e autorizado para pesquisa, que está em anexo. Participaram pessoas de ambos os sexos e de todas as idades. A primeira questão que foi evidenciada nas entrevistas é que em sua grande maioria eram comerciantes mulheres.

O gráfico abaixo apresenta uma diferença significativa de sexo. Percebemos, entretanto, que a maioria dos comerciantes possui mais de 30 anos. Além disso, são pessoas casadas, com pouca escolaridade, residentes no próprio estado de Goiás e busca no comércio um meio de sustentabilidade familiar. Isso ficou evidente em um relato apresentado por um dos entrevistados. Ficou claro que, o comércio é gerido, na maioria dos casos pelos próprios membros da família, incluindo filhos.

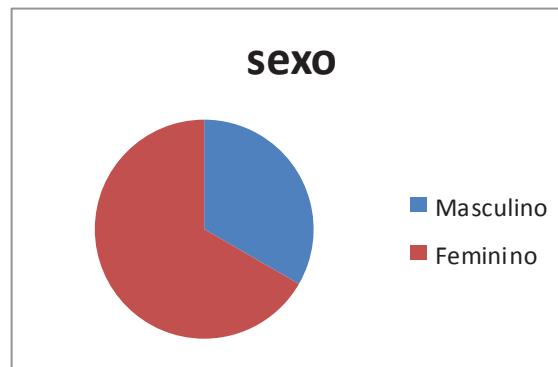


Gráfico 1 : Gênero dos comerciantes

Neste caso aqui citado, o proprietário do comércio instalado no local responsável era um indivíduo que havia ficado em outra cidade tomando conta dos negócios da família. A companheira e filhos foram para trabalhar nos primeiros dias da Romaria. Já o responsável direto pelo comércio viria nos últimos dias. Como relatou a entrevistada: *“Meu pai é que é o dono. Eu vim com minha mãe pra cá desde o dia 2 de agosto e meu pai ficou em casa, em Goiânia, cuidando de outra barraca que temos lá. Ele só vem nos últimos dias, pois o movimento é maior”*.

As variáveis que se referem à questão de que a maioria dos comerciantes presentes no início da Romaria são membros da família do proprietário do comércio, destacando significativamente o trabalho da mulher, sinaliza uma importante relação com o mercado de trabalho. O fato também apresenta uma relação negativa com a probabilidade de estar ali buscando nas vendas comerciais uma renda extra para ajudar na contribuição da renda familiar, enquanto o seu cônjuge, ou pais, estão em outra cidade buscando outras formas de se sustentarem.

Esta variável também revela o papel da mulher que busca no mercado de trabalho seu espaço de produtividade e muitas vezes assumem a posição de ser chefe de família. Também, o fato de a mulher assumir as vendas comerciais nos primeiros dias da Romaria e o proprietário assume este tipo de trabalho nos últimos dias sinaliza um possível crescimento de vendas no mercado.

No gráfico abaixo podemos observar as informações sobre a escolaridade dos entrevistados. Ficando claro que há uma baixa escolaridade entre os comerciantes. As faixas de escolaridades e idade apresentam características ligadas

à unidade familiar, como o fato da maioria das mulheres serem casadas. O que se percebe é um maior índice de mulheres inseridas no mercado de trabalho ali instituído com a geração de empregos informais e sem vínculos empregatícios.

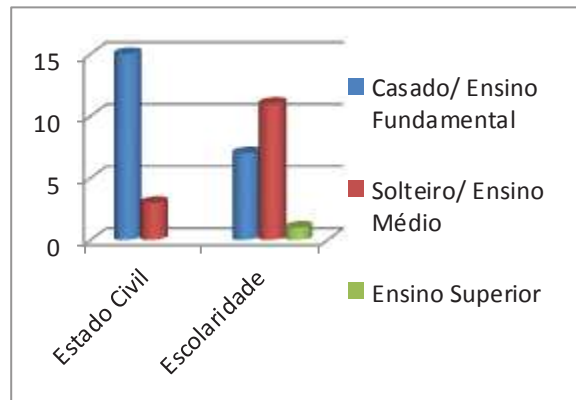


Gráfico 2: Escolaridade dos comerciantes

Bruschini (1990) aponta que a presença das mulheres no mercado de trabalho se intensificou nos anos de 1970, resultado de várias transformações que vinha ocorrendo no mundo. Essa presença das mulheres no setor produtivo é uma articulação complexa e está em permanente transformação.

Aos longos dos anos é possível evidenciar o viés de maior inserção das mulheres na estrutura ocupacional e formalização de empregos, contudo, ainda há dicotomias entre o mercado e o trabalho reprodutivo com elementos estruturantes das relações sociais.

Durante a pesquisa, foi observada a presença de mulheres que cuidavam das vendas no comércio. Além do atendimento ao público, se ocupavam em organizar os produtos nas prateleiras, do preparo de comida em cozinhas improvisadas no fundo da barraca e muitas cuidavam de filhos menores, que ficavam ali em uma cama improvisada, na maioria das vezes um colchão jogado no chão ou em carrinhos de bebê.

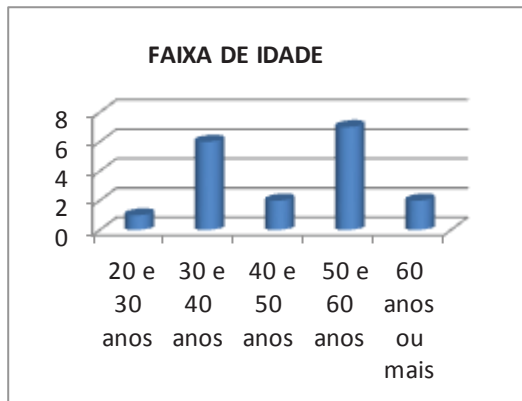


Gráfico 3 : Faixa de idade dos comerciantes.

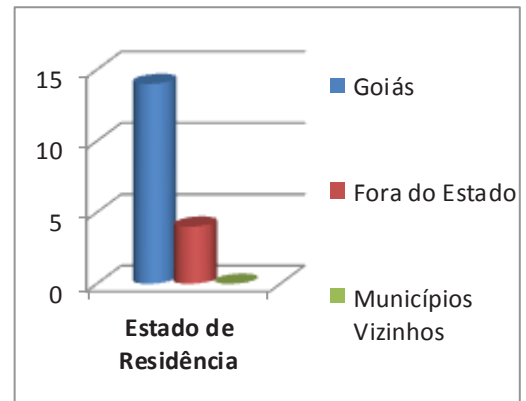


Gráfico 4 : Estado de Residência dos comerciantes.

A análise desses fatores pode ser observada em dados apontados no IBGE em 2013 sobre a ocupação populacional de mulheres. Segundo informa, a maioria das mulheres está na idade de trabalhar, todavia, entre as pessoas ocupadas, verificou-se a predominância de homens. O fato é confirmado que na Região Centro Oeste do Brasil, 58,3% dos homens e 41,7% dos ocupados eram mulheres.

De fato, percebemos a presença de adultos entre os comerciantes e a relação com o grupo familiar. Cerca de 30% dos entrevistados possuem idade entre 30 e 40 anos, ou seja, estão buscando no comércio um meio de sustentabilidade financeira e 38,8 % possuem idade entre 50 e 60 anos. No âmbito de residência dos comerciantes, apresenta o gráfico ao lado que cerca de 90% residem no Estado de Goiás, ou seja, no próprio estado onde ocorre a Romaria de Nossa Senhora D' Abadia de Muquém.

O comércio é variado, predominando a venda de roupas, confecções em gerais. Um dado relevante apresentado pelos comerciantes, é que possuem barracas também em outras localidades. Em sua grande maioria são barraqueiros com sede em Goiânia, capital do Estado de Goiás.

Ademais, observa-se ainda, que os comerciantes, em sua grande maioria, participam do comércio na Romaria a menos de dez anos, enquanto poucos permanecem por muito tempo com seu comércio na Romaria. Isso retrata uma variação de busca pelo mercado de trabalho. A ideia que se tem, é que muito dos comerciantes vê no comércio da Romaria uma alternativa de trabalho, mesmo que

seja temporário. Desse modo, estão em busca de novos espaços para vender seus produtos. Outra questão foi observada quanto ao período que este comerciante participa da Romaria.



Gráfico 6 : Tipos de tendas comerciais existentes na Romaria

A intenção foi analisar se esse comerciante já participava e se já tendo conhecimento do comércio ali praticado resolveu montar sua tenda comercial. Sendo apresentado conforme indica o gráfico, que a maioria não conhecia ou participavam dos festejos da Romaria. Fica evidente que foram para a Romaria estritamente para participarem do comércio.

Verifica-se que os produtos oferecidos são diversificados. As mercadorias não são comparadas com altos padrões de qualidade. Além disso, o vendedor não faz emissão de notas fiscais, não dão garantia do produto, não aceitam trocas nem devoluções.

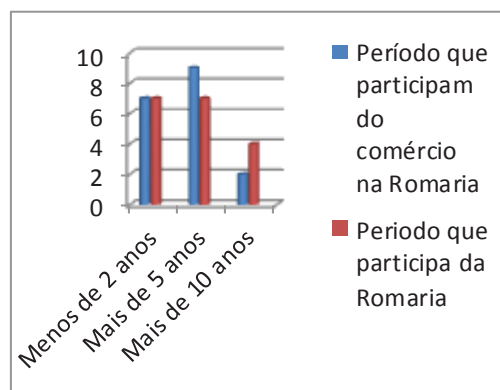


Gráfico 5: Período de participação dos comerciantes no comércio e na romaria

Dentre os artigos religiosos comercializados, destacamos venda de bíblias católicas e protestantes; rosários em metal, madeira e plásticos; livros de orações e devoções marianas e outros santos da igreja. Pôsteres decorativos com imagens de santos e ou santas; Cd's com músicas religiosas, Medalhas; Pulseiras, cordões e fitas com escritas de Nossa Senhora D' Abadia, Nossa Senhora Aparecida. Além de chaveiros com figuras de santos da igreja; velas decoradas, pingentes e camisetas com estampas religiosas diversificadas, como pode ser observado na figura abaixo.



Figura 11: Tenda comercial de artigos religiosos. 2018. Fonte: Arquivo pessoal da autora

No comércio instalado dentro do espaço comercial denominado “Shopping do Muquém” há somente uma rede de supermercado instalado. Suas estruturas de alvenaria comporta uma diversidade de gêneros alimentícios, frutaria, açougue, peixaria, padaria e bebidas em geral.

Cada comerciante procura a melhor forma de transportar sua mercadoria e assim vai se construindo e definindo o comércio dentro da área estabelecida do Santuário.

No âmbito do comércio de roupas, o varejo inclui cama, mesa e banho. Atende o público de todas as idades e todos os tamanhos. Há sempre uma variação de preços, inclusive com promoções anunciadas pelos próprios vendedores em voz alta. *“Leve 3 peças e pague 2. Aqui 1 peça só paga x reais”*. Os gritos de anunciantes com anúncios busca chamar a atenção do consumidor, com frases como: *“Vem olhar! vem conferir! Entra freguesa. Aqui é a melhor mercadoria e o*

melhor preço!". E assim vão se constituindo os hábitos de entrar na tenda comercial para conferir os produtos disponibilizados e que por muitas vezes acaba levando alguma coisa.

Os restaurantes são montados também em tendas cobertas de lonas. Assim, como acontece com outras tendas, há um controle realizado por fiscais sobre a higiene e segurança do local, o que pode ser comprovado com a presença de extintores de incêndio e alvará de vistoria do Corpo de Bombeiros. As refeições são servidas em mesa com cubas, onde o consumidor paga a refeição por quilo consumido e em outros a comida é servida em pratos feitos ou marmitas descartáveis e pago um valor fixo. Os restaurantes em sua grande maioria servem almoço e jantar.

Ao longo da festa, o comércio vai ganhando formas, na diversidade e organização das tendas. É possível perceber o improvisado na montagem das tendas, mercadorias e móveis expostos enquanto os comerciantes armam suas barracas.

Próximos aos restaurantes são instalados tendas comerciais de bares, lanchonetes e lanches rápidos, como espetinhos de carne assada, sanduíches, tortas, bolos, pizza, pastéis etc., na ocasião também são vendidas bebidas alcoólicas, refrigerantes, sucos e água em latas ou garrafas descartáveis. Há também barracas de venda de sorvetes e açaí, além de bancas expostas com frutas (goiaba, uva, melancia, água de coco), doces (cocada) e algodão doce.



Figura 12: Barraca de distribuidora de bebidas. 2018. Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Na figura acima é possível perceber que há um comércio de distribuidora de bebidas em geral, sendo comercializado, refrigerante, água mineral, cerveja, gelo e carvão para churrasco. Um cartaz fixado em um dos frízeres adverte a proibição de venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos.

Produtos eletrônicos de consumo são ofertados em grande escala, envolvendo, equipamento de áudio, microsystem, caixas de som, rádio, microfone, fones de ouvido, carregador de celular e de baterias, lanternas, baterias e pilhas recarregáveis ou não recarregáveis, controlo remoto, calculadoras dentre outros. Os objetos podem ser testados no momento da compra pelo consumidor, porém, não é fornecida nota fiscal do produto nem termo de garantia, sendo também descartada a possibilidade de troca ou devolução do mesmo ao sair da loja.

Entre as barracas montadas há algumas lojas de conveniência, onde seus produtos variam entre, vasilhas para uso doméstico, panelas, pratos, baldes, bacias, tachas, copos, talheres, facas, sendo em material plástico, alumínio, barro e em madeira. Filtros para água em plástico e barro. Material para limpeza, tais como rodos, vassouras, rastelos, pás para lixo, cestos, lixeiras. Artigos para jardinagem e para o cultivo da terra, tais como, enxadas, foices, facões, vasos para plantas, torneiras, mangueiras, regadores, tubos para encanamento de água. Artigos para iluminação elétrica, tomadas, interruptores, fios elétricos e lâmpadas. As barracas comerciais que aparecem como “*outros*” estão disponíveis à venda de sapatos, relógios, óculos solares, bolsas, joias, perfumes, maquiagem, brinquedos, tapetes, balões de gás hélio.

Neste cenário aparecem os artistas de rua com pinturas em cerâmica com tinta a óleo e representação artísticas, parques de diversões e barraca de jogos (bingo). Na figura ao lado, temos um exemplo visual de um indivíduo vestido de túnica de cor branca com faixa vermelha, lembrando a representação de uma imagem sagrada, ou um santo, que usa coroa sobre a cabeça e segura em suas mãos uma boneca. O artista está ali a trabalho. Esses artistas geralmente deixam ao lado uma placa informativa para que as pessoas deixem ali certa quantia em dinheiro.



Figura 13: Artista de rua, presente na área comercial da Romaria de Muquém. 2018.
Fonte: Arquivo pessoal da autora.

O artista acima ilustrado faz seu número representando uma estátua, e ora ou outra se mexe, retirando entre suas mãos cobertas pela túnica uma frase motivacional e entrega para o assistente que deixou ali uma quantia em dinheiro. Vemos que ele não faz uso de barraca para sua performance, somente utiliza de um dos espaços demarcados nas calçadas do setor comercial.

A caracterização do artista, quanto às suas vestimentas, ao segurar a boneca com a mão direita e retirar mensagens de esperança aos assistentes, lembra a semelhança da imagem de Nossa Senhora D' Abadia, descrita por Cândido:

Uma das representações da imagem de Nossa Senhora D' Abadia é apresentada pelo site Cruz Terra Santa onde são apresentadas explicações sobre a imagem, na qual mostra Maria de pé, segurando nos braços o menino Jesus, que tem uma coroa na cabeça.

Maria veste uma túnica branca com flores de cor rosa e azul. Um cinto vermelho passa por sua cintura. Por cima um manto azul decorado com belas flores completa sua vestimenta. Na mão direita, Maria segura um cetro para guiar os seus filhos. Na cabeça, ela tem uma linda coroa (CÂNDIDO, 2017, p. 50).

Quanto à crença religiosa, praticada pelos comerciantes entrevistados, o que se verificou é a existência de uma diversidade religiosa. O catolicismo é o mais presente praticado entre os comerciantes, porém, um dado relevante é que a

maioria deles declara não participar dos atos religiosos no Santuário por não terem como deixar o comércio para participar das celebrações.

Dentre outras denominações apontadas, há os evangélicos e entre os movimentos cristãos aparecem os Moons e espíritas. Outros não professam nenhum tipo de crença religiosa. Verifica-se neste contexto que, embora seja a maioria praticante do catolicismo, as celebrações religiosas não estão no topo de prioridade dos comerciantes na festa da Romaria de Muquém.

Lemos (2004), evidencia que a religião é um conjunto ideológico homogêneo, porém subdivido. Neste caso dos comerciantes na Romaria de Muquém, o que se verifica é o catolicismo ali expresso pode ser caracterizado por uma subdivisão integrada pelos vários grupos sociais que ali o compõem. O comércio em si é integrado por várias religiões, os quais formam uma multidão de religiões distintas e frequentemente contraditórias, mas que juntas forma o comércio da Romaria do Muquém.

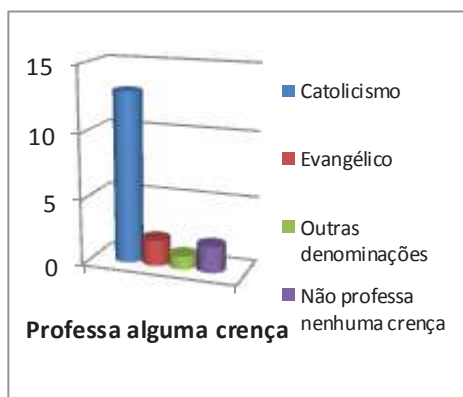


Gráfico 7: Crença Religiosa praticada pelos comerciantes.



Gráfico 8: Participação nas atividades religiosas pelos comerciantes.

Quanto à visão dos comerciantes, acerca do comércio na Romaria, estes podem ser analisados a partir da perspectiva de conjuntos de fatores compreendidos dentre os mais diversos grupos. Os dados, demonstrados no gráfico abaixo revelam que os interesses dos comerciantes em estarem presentes na Romaria não é o fator religioso e sim o de comercializarem seus produtos, obterem uma lucratividade. É

unânime entre os entrevistados a crença de que o comércio é também um atrativo para o público que participa desta Romaria.

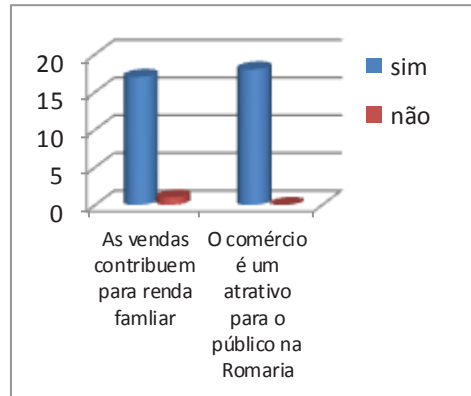


Gráfico 9 : Visão dos comerciantes acerca do comércio.

A emergência de tal fenômeno demonstra que estamos mergulhados em uma cultura global de desigualdades sociais, políticas e econômicas. A festividade religiosa neste caso apresenta com objetivos bem delimitados em relação à religiosidade acaba sendo suplantada. Isso ocorre por haver ali outros objetivos que são desenvolvidos. Neste caso, enfatizam-se os interesses dos comerciantes que almejam o lucro.

Marx (1972 p. 15) aponta em seu manuscrito da concepção materialista da história, que a primeira premissa da história humana é naturalmente, a existência de indivíduos humanos vivos. Acondicionado às organizações físicas começam a produzir os seus meios de vida e ao produzirem seus meios de vida, os homens produzem diretamente a sua própria vida material.

Em perguntas abertas aos entrevistados estes apontaram reclamações ligadas à organização e à infraestrutura do local, tais como: pagamento de taxas para uso de telefone; falta de banheiro público para uso dos comerciantes; falta água tratada em cada barraca; falta de internet que viabilize a utilização de cartão de crédito; falta de serviços públicos para recolhimento do lixo.

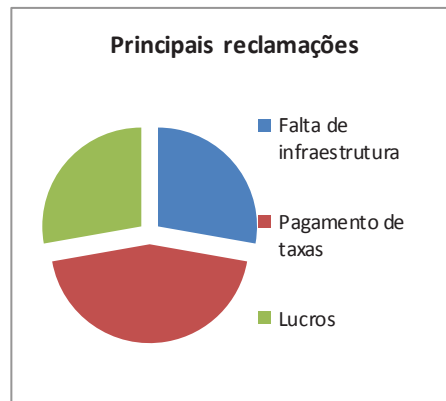


Gráfico 10: Principais reclamações apontadas pelos comerciantes.

Outra questão apontada foi o pagamento de taxas para utilização do espaço definido em metros quadrados; recolhimento de taxas de alvará de funcionamento; taxas de segurança, incluindo o serviço de bombeiros e policiamento; taxas de energia, cobrado por número de lâmpadas; taxas para ligações telefônicas no valor de três reais em moeda corrente por cada minuto/hora de ligação realizada (as ligações são realizadas em um posto telefônico instalado no centro comercial); taxas para uso do banheiro. Por fim, apontaram que os lucros são pequenos ou quase nulos, e o recolhimento de taxas e despesas com montagem das barracas acabam por consumir o pouco que ganham através das vendas.

É importante considerar que ao frequentar o comércio no “Shopping do Muquém”, o consumidor tem à sua frente uma gama de produtos expostos, das mais variadas espécies e qualidades. Os comerciantes chamam a atenção a todo o momento para a compra da mercadoria ali exposta, expressando de forma compelidora ao anunciar seus produtos, valores e promoções.

Durante o dia há um movimento intenso de pessoas em torno desse comércio, como representado na figura abaixo. Enquanto as celebrações religiosas estão ocorrendo no Santuário, uma multidão de pessoas frequenta o comércio para efetuarem suas compras; outros que saem dos acampamentos para irem comprar suprimentos para fazerem suas próprias refeições.



Figura 14: Movimentação do comércio durante o dia. 2018. Fonte: Arquivo pessoal da autora.



Figura 15: Movimentação do comércio no período noturno. 2018. Fonte: Arquivo pessoal da autora.

Sob o sol forte e calor intenso, pelo fato dessa época do ano estar num período de estiagem e sequeidão no Centro Oeste, as pessoas ficam expostas às altas temperaturas. Ficar sob as barracas de lonas torna-se quase insuportável, onde a sensação térmica chega a ser mais de 35° C.

Nesta época do ano não há registro de chuvas na região, o que aumenta a temperatura e ao mesmo tempo facilita a logística das barracas montadas em lonas. Na tentativa de amenizar o calor e o sol intenso nas mercadorias expostas, os barraqueiros improvisam coberturas com pedaços de lonas e ou plásticos amarrados de uma barraca à outra.

No período noturno, conforme representado na figura abaixo, as barracas comerciais permanecem abertas, sendo fechadas após as 23 horas. Neste período há uma menor intensidade de visitação e vendas. O fato é que durante a noite o público maior de consumidores são pessoas que estão acampadas na área de camping do Santuário.

A praça de alimenta o no centro comercial não   grandiosa. Portanto, o romeiro acampado e os próprios comerciantes fazem suas próprias refei es comprando no comércio somente àquilo que venha lhe faltar, vez que a maioria já traz seus produtos de casa. Percebe-se que os consumidores de alimentos no comércio local em grande maioria são os visitantes.

Uma questão levantada pelos comerciantes é o fato de tudo ter que ser vendido em dinheiro. A questão é que não há ali disponibilidade de internet, o que facilitaria a venda em cartões de créditos ou débitos. O consumidor é obrigado a trazer dinheiro em cédula para realizar suas compras, e isso traz certa insegurança tanto para o consumidor quanto para o vendedor, uma vez que o obriga a guardar esse dinheiro dentro de barracas improvisadas sem nenhum tipo de segurança.

Destacamos que no Santuário e no povoado de Muquém não há agências bancárias nem postos de atendimento para saques ou depósitos de moedas. Os consumidores, comerciantes e demais romeiros que necessitarem de algum tipo de movimentação bancária nestes dias, precisam se deslocar até uma agência na cidade de Niquelândia, há 45 quilômetros dali.

Na figura registrada abaixo, podemos observar mais claramente as características deste comércio onde o consumidor se depara com várias limitações.



Figura 16: Momento de compra e venda em barracas comerciais. 2018. Fonte: Arquivo pessoal da autora.

É possível ainda sentir que há certo desconforto por parte dos comerciantes e do próprio consumidor no que diz respeito à transação. Muitos desistem da compra por não ter o dinheiro ali na hora. A compra “fiado” não é praticado, característica comum em cidades do interior. E por não haver outro meio para garantir a venda, senão através do pagamento em dinheiro, o comerciante acaba por perder boa parte de seus clientes.

O mesmo ocorre com o comércio fora do Santuário. Não há rede de cartões de créditos disponíveis, ou seja, não há fornecimento de rede de internet que comporta a instalação de máquinas relacionadas.

É paralelo a este comércio que acompanha a Romaria que vai emergindo uma forma específica de tradição religiosa, aquela que envolve comerciantes de religiões distintas, mas que objetivam em comum o lucro. Se junta ali naquele período para formaram a romaria de Muquém, onde também emerge um catolicismo com características específicas, que mais se aproxima de um catolicismo rústico.

Em face do catolicismo, o catolicismo rústico, embora tenha em seu interior passado pelo processo de mudanças histórico-econômico e socioculturais que é a urbanização, a romaria de Muquém permanece com algumas características e práticas religiosas que resistem ao contexto de mudanças.

Bertran (2002, p. 135) ressalta em uma reflexão apresentada no capítulo sobre o surgimento da Romaria de Muquém, que lhe incomodou o fato eminentemente histórico, com ênfase socioeconômica, de que a “Romaria do Muquém fosse apenas uma feira mercantil e não um célebre encontro devocional”.

Essa preocupação de Bertran com comércio ali instituído evidencia que este favorece o fortalecimento de práticas mercantilizadas atrelada a uma mobilidade religiosa, que passam a se desenvolver atreladas a determinadas culturas locais. Embora há de ressaltar que a Romaria de Muquém tem seu caráter religioso, uma vez que ocupa-se em promover encontros entre *os fiéis* e *o Sagrado*, através da veneração a Nossa Senhora D’Abadia, a mesma demonstra também que para além da religiosidade realiza práticas que apresenta outros vários aspectos que caminham em sentido contrários a seu caráter inicial, como é o caso do comércio que promove no decorrer dos rituais que organiza.

Sobre esta questão em específico, a seguir dedicaremos à sua análise. Abordaremos a representatividade da Romaria em suas várias formas de estratificação como um processo social, religioso, político e econômico, ocorridos ao longo da festividade.

3 A RELAÇÃO ENTRE O COMÉRCIO E A ROMARIA DE MUQUÉM

Neste terceiro capítulo o objetivo é discutir o comércio que historicamente tem acompanhado as festividades em torno da Romaria de Muquém e a relação que tem estabelecido com esta. Retomaremos aqui algumas reflexões e apontamentos apresentados no segundo capítulo, mais especificamente sobre a questão comercial na Romaria de Muquém, e faremos isso utilizando do arcabouço teórico-metodológico apresentado no primeiro capítulo. Com isso objetivamos revelar alguns elementos que se desenvolvem a partir da relação entre a questão da venda de mercadorias e sua relação com a religião.

Através de observações e pesquisas de campo denota-se à primeira vista que o capitalismo emerge como uma cultura e valores que se redefinem para se sobrepor e se apresentar ao mercado. Evidencia-se nesse processo a influência capitalista na vida dos fieis religiosos, questão que faz parte de um processo mais amplo de transformação da sociedade e está intrinsecamente presente nos festejos da romaria. Nesse processo o capitalismo cria novos hábitos associados à religião e são expressos nas ações cotidianas. Cria-se uma forma distinta de percepções dos espaços denominados pela questão comercial e dos seus respectivos significados, agora enquanto algo sagrado, convivendo lado a lado com a religião. Nesse sentido, a religiosidade também passa a fazer parte de uma sociedade consumista.

Como grande impulsionador da economia local do município de Niquelândia, hoje a festividade da Romaria de Muquém desponta como expressão de uma variedade de interesses comerciais. Seus atores buscam no decorrer da Romaria, alinhados ao fluxo de romeiros, visitantes dentre outros, comercializarem seus produtos, mostrando a força e singularidade da economia local.

Partindo deste pressuposto, analisaremos a representação que as pessoas criam do comércio dentro de um espaço administrado pela igreja, que embora sendo um espaço considerado sagrado, ele mesmo passa a mercantilizar estes espaços e conseqüentemente a representatividade que emerge daí e é reproduzida em outros lugares.

Esse processo investigativo das representações que tornam visíveis nos relatos orais dos comerciantes expressa bem o que a romaria reproduz de valores que serão manifestados em outros lugares fora do âmbito do espaço considerado sagrado. São questões que favorecem uma reflexão crítica dos interesses

emergidos daquela relação em decorrência da promoção da fé imbuída numa mercantilização das relações sociais. Iniciaremos esta discussão no primeiro tópico focando aqui o comércio que se desenvolve para além do espaço controlado pela igreja.

3.1 O COMÉRCIO FORA DO ESPAÇO DO SANTUÁRIO E A VISÃO DOS COMERCIANTES

O comércio em torno da romaria não acontece somente num espaço determinado, o espaço do Santuário, o mesmo acompanha a festa da romaria em todas as instâncias do município de Niquelândia com seus sete distritos, fazendo divisa com outros doze municípios. Além disso, está presente em outras festividades que acontecem na região, o que reforça ainda mais a prática comercial no âmbito de eventos religiosos. Por ser destaque na produção de minérios e reconhecida por pontos turísticos, ocorre também na região festas tradicionais, além da Romaria de Muquém, a exemplo da festa da Congada que ocorre na cidade no mês de junho, com mais de 250 anos de história e tradição.

O povoado de Muquém abriga cerca de 120 famílias, conforme descreve Vivaldo Ferreira França, presidente da Associação Comunitária dos Moradores do Muquém, em entrevista ao Jornal Diário do Norte.

Com apoio da Prefeitura de Niquelândia e de diversos estabelecimentos comerciais do município, a Associação Comunitária dos Moradores do Muquém e Adjacências realizou, ao longo do último sábado (3), uma série de eventos para marcar o reinício dos trabalhos da entidade, que havia sido originalmente criada em 2002. Distante 45 quilômetros do Centro de Niquelândia, o Muquém abriga a sede do Santuário de Nossa Senhora da Abadia do Muquém, onde neste ano foi realizada a 259ª Edição da tradicional romaria em louvor à santa. Segundo o professor e presidente da associação, Vivaldo Ferreira França, aproximadamente 120 famílias compõem a população fixa do Muquém (Jornal Diário do Norte).

A compreensão mais detalhada sobre o comércio em torno da Romaria de Muquém se deu através de visitas de campo, pesquisa oral com alguns moradores, com comerciantes e pessoas que vivem do comércio praticado em decorrência da romaria e do próprio povoado de Muquém.

Nas observações realizadas, vê-se que o espaço urbano conta a sua própria história, um lugarejo tranquilo, pouco habitado, cercado de muito verde e poucos benefícios urbanos para atendimento à população, como pode ser observado claramente nas figuras ao lado. A imagem foi registrada em Janeiro de 2019, período chuvoso e após a Romaria.

No povoado é perceptível a precariedade do serviço de infraestrutura. Somente a rua que dá acesso ao portão de entrada ao Santuário é asfaltada, não há ali calçadas para pedestres, nem tampouco bueiros para captação de água das chuvas. Nas demais ruas do povoado, os

buracos, o barro, em época das chuvas dificultam a passagem de veículos. Na época da Romaria, a poeira torna-se um incômodo

aos moradores, vez que veículos transitam e seus proprietários buscam por hospedagens, por lugares para estacionarem seus veículos, dentre outros. Porém, a época da festa cria uma expectativa nos moradores que esperam por alguns benefícios que surgem apenas neste período, conforme destaca um morador do povoado de Muquém,

Eu sou Jesus Domingos, morador daqui do Muquém. Vejo a Romaria como um benefício para o povoado. É um benefício que nós aguardamos o ano inteiro, tem muitos moradores aqui que sobrevive só do ganho da Romaria, com vendas de produtos, aluguel de imóveis. Aluga qualquer coisa que se tem. Aluga até ferramentas para o pessoal montar suas barracas e limpar seus lotes. Os benefícios dos governantes só têm na época da Romaria, quando passa a Romaria fica aí, o descaso com a população.

É possível perceber aqui que a Romaria aponta para uma variedade de interesses. Para boa parte dos moradores do povoado é uma época de apostar em seus ganhos, uma oportunidade de negócios, de ganhar dinheiro para sobreviverem. Na época da Romaria muitos convertem seus lotes residenciais em espaços destinados a estacionamentos privativos para veículos. Outros alugam seus quintais



Figura 17: Rua paralela no povoado de Muquém.
Figura 18: Rua vicinal no povoado de Muquém.
2018. Fonte: Arquivo fotográfico da autora.

para servirem de área de camping para quem queira acampar em suas barraquinhas fora da área administrada pelo Santuário. Alguns proprietários alugam suas pastagens para abrigar animais daqueles que vão a cavalo para a Romaria e queira deixa-los em um lugar seguro enquanto participam da festa. Muitos alugam suas residências, seus pontos comerciais, suas ferramentas de trabalho e por vez até sua própria força de trabalho.

Alguns comerciantes que chegam para montarem suas barracas dentro do espaço comercial “Shopping do Muquém”, até mesmo fora do espaço do Santuário, dentro do povoado de Muquém, contratam homens para fazerem o trabalho de montagem de tendas, limpezas de lotes, guardas de estacionamentos privativos, montagens de acampamentos. Há aqueles comerciantes também que contratam atendentes para o trabalho em sua barraca comercial, incluindo mulheres e jovens.

Nestes aspectos, o aparecimento de um comércio que surge paralelo à Romaria de Muquém é carregado de expectativas e angústias. A população aguarda durante todo o ano o período da Romaria para obterem algum tipo de benefício que lhes garantem algum tipo de sustentabilidade. Resta ainda ressaltar neste ínterim, que os descasos do poder público para com a comunidade são visíveis. O pouco investimento no povoado atinge toda a população, como podemos perceber no relato anterior, assim como na falta de geração de empregos.

Por outro lado, a festa da Romaria atrai o comércio e investimentos do Estado ao município e conseqüentemente ao povoado de Muquém. Em uma rápida visita ao Santuário durante o período da Romaria de Muquém, é possível perceber ao longo da rodovia variados tipos de comerciantes e a atuação do Estado. Isto demonstra que a questão comercial que emerge com o festejo apresenta uma extensão maior do que aquela delimitada ao Santuário.

As informações dispostas nas placas colocadas ao longo da “Rodovia da Fé” deixam claro o quanto de investimentos é realizado pelo Estado na infraestrutura e manutenção da rodovia que liga Niquelândia ao povoado de Muquém. Estes investimentos também atingem os moradores da região, do próprio povoado, os visitantes, romeiros e comerciantes, no sentido de que o fluxo de pessoas que visitam o Santuário pode ser influenciado por terem melhores vias de acesso.

Em uma das placas expostas ao lado Rodovia da Fé nota-se que a diocese de Uruaçu e o Santuário de Nossa Senhora D’ Abadia andam de mãos dadas com o Estado, no sentido de fazer investimentos em decorrência da Romaria. Só nos

últimos anos foram aproximadamente 19 milhões gastos pelo Governo do Estado de Goiás na construção da Via dos Romeiros, inaugurada no ano de 2018. A igreja enfatiza que a obra favorece segurança e comodidade até a chegada ao Santuário.

Ao longo da rodovia, além das tendas montadas pelo Governo do Estado, organizado pela Organização das Voluntárias de Goiás, são instalados alguns pontos de comércio fixo. Podemos citar o exemplo da lanchonete do Senhor Manoel, conhecido na região por “Manelão”, que possui morada fixa ao longo da rodovia e tem ali um comércio de bebidas. O mesmo possui um estabelecimento comercial de bebidas há vários anos, e que em tempo de Romaria é afetado, pois com as melhorias das rodovias há mais policiamento e leis que punem os motoristas que dirigem sob efeito de álcool. Inclusive, foi montado um posto de policiamento para coibir estes tipos de ações, o que acabara prejudicando as vendas do estabelecimento comercial do entrevistado, conforme relata:

Aqui nós trabalha com bar. Moramos aqui mesmo e nos dias da Romaria aqui o comércio não é mais favorável, antes vendida tudo, agora de uns anos pra cá, montou um posto policial aqui de frente. Como a maioria vem pra festar e beber, como vai comprar bebidas de frente com a polícia. Mas o ano passado (2018) já comprei um lote no povoado de Muquém e nos dias da Romaria vou levar o bar pra lá.

Com suas práticas comerciais afetadas, e como o comércio no tempo da Romaria é aquecido, o comerciante acima citado não viu outra alternativa a não ser fazer outros investimentos, neste caso, efetuou a compra de um terreno no povoado de Muquém para então transferir seu ponto comercial para a proximidade do Santuário e aproveitar do período da festa para efetivar suas vendas.

Por um lado, a atuação do Estado na elaboração de leis provoca mudanças e dão novas configurações à Romaria. Para o comerciante citado acima, é um período valioso para o comércio de suas mercadorias e não pode perder oportunidades de negócios. Por isso foi constrangido a mudar de local na época da Romaria para comercializar seus produtos.

No povoado de Vila Taveira, a aproximadamente 90 km do Povoado de Muquém, às margens da rodovia BR-414, o restaurante Vó Damiana é também um dos pontos onde os romeiros buscam apoio. No restaurante, além da comida servida, há ali muitas sombras para descanso dos romeiros que fazem o trajeto a pé

pela rodovia, rumo ao Santuário de Muquém. Marcos, proprietário do estabelecimento, acrescenta que:

[...] na época da Romaria o comércio é bastante aquecido, os romeiros passam aqui para fazer suas refeições, descansarem e muitas vezes se hospedam em quartos que temos aqui de alugueis e por vezes temos que contratar pessoas para trabalharem aqui.

O aquecimento comercial também é sentido na cidade de Niquelândia, onde comerciantes montam barracas de vendas nas calçadas da Avenida Brasil, avenida que dá acesso à GO-237, conhecida como Rodovia da Fé. Na celebração do dia 05 de agosto, na saída da procissão em que os fiéis carregam a Imagem de Nossa Senhora D' Abadia, é possível observar comerciantes com seus produtos expostos à venda em meio aos romeiros durante a missa campal celebrada.



Figura 19: Público que participa da Missa campal celebrada na Igreja Nossa Senhora D' Abadia em Niquelândia-Go. 2018. Fonte: Arquivo de registro pessoal da autora.

A Romaria altera o movimento do espaço urbano em Niquelândia, alimenta todo o comércio local, pois o fluxo de pessoas na cidade é bastante intenso e estendido até o Santuário. Wilton, proprietário de uma rede de supermercados de Niquelândia, destaca sua participação na Romaria. Apesar de ressaltar que os últimos anos estão havendo uma baixa nas vendas, deixa claro que a sua relação com a Romaria é historicamente estabelecida através do comércio. Sua presença na festa cria laços de amizade e estabelece novas relações com desconhecidos. Vejamos em suas próprias palavras:

Tenho um supermercado montado na época da Romaria, dentro do espaço do Muquém, já faz 16 anos. Nos últimos três anos não estão sendo fácil obter lucros. As despesas com taxas de energia e mão de obra estendida.

Com esta crise que o Brasil está passando, as pessoas só compram o básico. Não está compensando se pensar em lucros, mas como já tenho essa tradição de ir, agente vai, pois nós temos um vínculo, criamos um laço de amizade com os clientes que também são romeiros. As pessoas têm a satisfação em nos rever e isso nos faz ir, sem pensar no lucro.

Já quando retrata o comércio em Niquelândia na época da Romaria, faz questão de enfatizar que é visível o crescimento das vendas, não somente em seu comércio, mas também em vários outros existentes na cidade, devido ao número de pessoas que passam por ali rumo ao Santuário.

Manter o comércio aquecido, mesmo diante da retratação econômica brasileira, como apontou Wilton não é tarefa fácil, mas as expectativas das vendas em torno da Romaria são grandes. Conforme ressalta outra comerciante, proprietária de um supermercado fixo no povoado de Muquém, ela passa o ano aguardando com muita expectativa esta época, *“É uma renda extra para sustentar a família e o comércio”*.

A participação e as estimativas comerciais em torno da Romaria relacionam-se diretamente com o mercado de trabalho e o favorecimento da atividade produtiva, valorizadas pelos moradores do povoado de Muquém com a intenção de obter seus lucros. A interação do comerciante com os consumidores favorece e aquece o mercado capitalista. Porém, há sempre uma insegurança em torno dos ganhos comerciais, conforme relata Everton, comerciante no povoado de Muquém:

O comércio aqui na época da Romaria é grande. Todos os anos têm que reabastecer o comércio, contratar pessoas para trabalharem e alugamos os outros lotes que temos, pois se não obtiver lucros no comércio, tem os alugueis para compensar. Porque a Romaria é incerta, nunca sabe quando você vai ter lucro ou prejuízo. Hoje 90% dos moradores daqui, alugam seus espaços, seus lotes.

Outro aspecto é o investimento na agricultura familiar e no cultivo de hortaliças para aquecer as vendas durante o período da Romaria.

Sou Iramina, moradora e comerciante aqui no povoado de Muquém. No tempo da Romaria, planto hortaliças para vender e ajudar na renda familiar. Meu filho trabalha com outro comércio, bar, durante o ano todo. Além da horta, nós vendemos produtos que trazemos da roça, como a mandioca, a farinha, o amendoim, frangos, ovos, tudo que produzimos lá, trazemos pra vender.

O relato desta comerciante ressalta um outro lado da Romaria que raramente é evidenciado em diversas pesquisas, ou seja, para além do aspecto religioso, as pessoas participam do festejo com a intenção comercial. Oblitera assim,

a intensão religiosa. O objetivo para estas pessoas é conseguirem meios para sobreviverem, para isso vendem parte dos produtos que cultivam e produzem. Por um lado, buscam atender às suas necessidades básicas, por outro, favorece e amplia as relações comerciais.

A percepção desta questão é facilitada através de estudos de Marx (2001), que nos permite compreender a sociedade pela óptica da produção, com conceitos básicos que norteiam as relações mercadológicas. A sociedade, para ele, deve ser observada em sua totalidade, obviamente, considerando as suas especificidades. A Romaria de Muquém é um fenômeno religioso, sobre isso não restam dúvidas. Contudo, baseado nos dados que conseguimos sobre o comércio que se estabelece em conjunto com a festa, podemos dizer que a Romaria de Muquém também pode ser entendida como um fenômeno que favorece as práticas comerciais, logo, a mercantilização da vida. Nesse sentido, igreja, religião e práticas capitalistas caminham de mãos dadas.

Subtende em Marx que no consumo de um produto ocasiona efetivamente a necessidade de um novo produto e cria-se então um círculo vicioso de consumo, que coloca o objeto de consumo como uma necessidade e este consumo reproduz a necessidade. Ou seja, estabelece um ciclo de necessidade, produção e consumo.

Isso favorece as práticas estabelecidas no modo de produção capitalista. Produzem-se novas mercadorias quando outras são vendidas. Comercializa-se a força de trabalho quando ao indivíduo é dado um emprego. Torna-se a religião um incentivador de práticas comerciais quando favorece a comercialização de produtos e a própria igreja comercializa o espaço de sua propriedade. Vejamos com mais detalhes ainda, a representação que é criada em torno do comércio que emerge com a Romaria.

3.2 A REPRESENTAÇÃO DO COMÉRCIO EM TORNO DA FESTIVIDADE

A pesquisa revelou representações do comércio em torno da Romaria de Muquém decorrentes de seus aspectos socioeconômicos, sociais, culturais e políticos. Faz se, portanto, necessário analisar os vários ângulos que apareceram as representações da Romaria de Muquém, buscando no campo teórico estabelecer

estas relações entre a religião e o comércio, sob o seu modo de produção, consumo e materialização das relações.

Partindo de uma perspectiva religiosa, nota-se que a Romaria de Muquém, construída ao longo dos anos, é uma devoção da comunidade local, de indivíduos de diversas partes do estado, do Brasil e do mundo, cuja prática de veneração a Nossa Senhora D' Abadia configura em uma visitação ao Santuário, não somente no período que a ocorre, mas o ano todo.

A Romaria é um rito do catolicismo rústico⁷, que em sua história enraizou-se de tal forma no território brasileiro, que vem ao longo dos séculos sendo praticado como uma tradição, como é o caso da Romaria de Muquém. Praticada há quase três séculos, é uma manifestação histórico-cultural que desvela presença de valores rurais no *ethos* do sujeito urbano.

Para Queiroz (1973), o catolicismo rústico como forma de religiosidade popular é praticado em comunidades rurais que vivem numa economia de subsistência baseadas em festas coletivas e com forte culto de santos e padroeiros. Para Monteiro (1974), esta religiosidade está mais relacionada à estrutura da comunidade e sociedade local e, apesar de manter laços com a igreja formal, adapta-se na medida do possível às demandas da natureza. Brandão (1981) concorda que a lógica do religioso popular reconstrói com mitos de origem a própria legitimidade do sagrado. Portanto, diversas festas populares, oriundas do meio rural, tendem a se tornar acontecimentos urbanos, dominado por interesses e conflitos, tanto das instituições religiosas como políticas.

A figura ao lado, mostra uma imagem de como esse catolicismo rústico permanece presente aos longos dos anos na Romaria de Muquém. As faltas de condições de transportes faziam com que famílias inteiras se reunissem para serem transportadas em um só veículo, sem nenhum tipo de segurança, para irem à Romaria de Muquém. A falta de infraestrutura, a poeira, o sol, nada impedia famílias de participarem da festa. Outras famílias seguiam como podiam, em seus cargueiros (carros de bois e a cavalo), levando a família para a Romaria.

⁷ O catolicismo rústico caracterizado atualmente no Brasil apresenta como sendo manifestações religiosas vinculadas às populações sertanejas, seja nas grandes cidades ou realizadas a partir da iniciativa dos migrantes internos oriundos das zonas rurais (Brandão 1981, p. 108).



Figura 20: Famílias indo para os festejos da Romaria na década de 60. Fonte: Arquivo da família Jair Nunes.

Dona Luzia, romeira há aproximadamente 60 anos, recorda de como iam para a Romaria de Muquém:

Morava aqui na região de Barro Alto e quando chegava o mês de julho, minha mãe já preparava tudo para ir para a Romaria. Organizava as malas de roupas, as cobertas, as panelas. Matava porco, colocava as carnes nas latas, para levar, fazia bolos, arrumava tudo, pois era muitos dias de viagem na estrada e quando chegava lá, ficava acampando até o final da Romaria. Eram quase trinta dias fora de casa (lembra com riso). Meu pai arrumava o carro de boi, preparava os bois e íamos todos ali no carro de boi.

Atualmente, Dona Luzia, moradora da cidade de Barro Alto, município vizinho de Niquelândia, participa da Romaria, porém, hoje o transporte utilizado é um caminhão pertencente à família. Na época da Romaria preparam tudo como antes sua mãe preparava, pois ficam em torno de dez dias acampados em um lote que pertence à família há quase quarenta e cinco anos na área do Santuário.

O catolicismo popular presente na Romaria de Muquém, embora tenha passado por mudanças em decorrência da modernização da sociedade, ainda está presente na memória e ações dos romeiros que buscam manter as tradições. Castro (2018, p. 51) destaca a Romaria de carro de bois, que acontece em Trindade Goiás. Esta surgiu por volta de 1940, também como sendo uma prática religiosa popular, enraizada em valores rurais, e que continua viva até os dias atuais, mesmo sendo atualmente manifestada em espaço urbano. A participação de carros de bois guarda

traços de uma cultura do sertão goiano, uma intersecção entre o campo e a cidade, manifestando-se nas mais diferentes formas. “[...] O que chamamos de cultura popular nasce em grande medida de uma vivência prática ou de lembranças ou ainda imagens recebida, ligada ao cultivo da terra”.

Lemos (2008) considera a religiosidade popular uma forma de resistência cultural, inserida nas lutas de um povo, ou de um grupo de pessoas que vivem à margem da sociedade e lutam por sobrevivência. E que essa resistência cultural, não se traduz meramente em resistência política econômica, mas numa duplicidade adotada no campo sócio-político-econômico, mas também na área religiosa.

As práticas religiosas populares são realizadas no âmbito pessoal sendo uma autonomia em relação às instituições religiosas. Tem-se, assim, mais liberdade de incluir expressões culturais diferentes de grupos étnicos e sociais que fazem parte de uma gama de seus praticantes. Nas práticas da religiosidade popular às expressões da cultura popular se acrescentam dimensões do sagrado, constituem uma força que alimenta nos membros da comunidade uma postura digna perante a própria vida e a sociedade (CÂNDIDO, 2017, p. 39, apud, LEMOS, 2008).

A religiosidade popular se destaca no sentido de que as pessoas ao participarem da festividade da Romaria praticam ações que visam encontrar um sentido em relação à sua vivência cotidiana. O romeiro, ou visitante, ao participarem desta festividade, busca o encontro com o *Sagrado* através das celebrações e caminhadas de penitência; nas relações de convivência familiares, ao montarem seus acampamentos e dividirem espaços; nas práticas culturais rurais, resistindo à urbanização dos espaços; na compra e venda de mercadorias, como meio de subsistência e busca da lucratividade; nas expectativas de melhorias para a população que residem no povoado de Muquém e em todo seu entorno. O próprio espaço urbano em torno do Santuário apresenta traços característicos de uma cultura popular ruralista. As matas são preservadas, servem de abrigo às famílias e aos participantes da Romaria.

A modernização dos espaços da Romaria se torna cada vez mais presente em decorrência do amplo comércio que se forma em seu entorno. Este catolicismo popular vai aos poucos adquirindo novas características, o comércio vai tomando a dianteira e atingindo suas especificidades. É em torno do desenvolvimento econômico da região que um conjunto de mudanças do espaço vai se dando. Se antes utilizavam carros de bois e animais (cavalos e bois) para transporte dos romeiros, hoje já está praticamente em desuso. Há uma modernização dos espaços

e da vida, ou seja, até hoje se vê cavaleiros percorrendo a Rodovia dos Romeiros em direção ao Santuário, porém, numa forma modernizada, conhecida atualmente como “cavalgada”. Os cavaleiros não utilizam o animal meramente como meio de transporte, mas como uma prática de manifestação cultural do interior.

Para Micheloto (2008) o processo de urbanização e modernização da sociedade brasileira, modificou os antigos suportes sociais e culturais que ancoravam as práticas religiosas dentro do catolicismo rústico, tais como as Romarias. Porém, as práticas ainda resistem, como neste caso, a Romaria de Muquém, que embora alteradas algumas práticas, guardam traços do catolicismo rústico.

Em cartazes e painéis dispostos no interior do Santuário, percebe-se que o Santuário promove festividades durante todo ano. Com estas atividades o que nos parece é a intencionalidade de que o santuário seja visitado e ao mesmo tempo sejam fortalecidas as relações culturais, sociais e econômicas da região.

A mais destacada no decorrer do ano, realizada após a Romaria, é a realização da festa da mangaba, que segundo o jornal Portal Excelência Notícias reuniu na 8ª Edição, em Novembro de 2018, cerca de 20 mil pessoas no Santuário de Nossa Senhora D' Abadia do Muquém. A árvore frutífera da mangaba é típica do cerrado Goiano e desperta a produção e vendas de doces cristalizados e em calda, compotas, geleia, mouse, pudim, bebidas como suco e licores, aos participantes da festa. Partes das vendas arrecadadas são destinadas ao Abrigo dos Idosos São Vicente de Paulo em Niquelândia-Go.

Em matérias divulgadas sobre a festividade destacadas no portal do Santuário, estas apresentam a festividade como caráter socioambiental que atende objetivos específicos de fomentar a cultura, a culinária, a mão de obra e o comércio na região, oportunizando a sustentabilidade da comunidade, além de promover a preservação do meio ambiente e arrecadar recursos financeiros em prol de entidades do município e região. No âmbito religioso, inclui celebrações evangelizadoras e culturais, envolvendo gincanas estudantis nas escolas, cavalgada e concurso de escolha da Rainha da Mangaba.

Outras festividades são propostas, tais como Acampamento para as famílias no mês de fevereiro, durante o período de carnaval; Encontro da Melhor Idade, que visa

atender ao público da terceira idade no mês de maio. Também neste mesmo mês ocorre a Cavalgada Rumo ao Muquém, em parceria com a prefeitura Municipal de Niquelândia, cujo objetivo é resgatar a tradição dos romeiros que viajavam a cavalo até o Santuário para participarem da Romaria de Nossa senhora D' Abadia de Muquém. A cavalgada tem início na cidade de Niquelândia e segue até o Santuário de Muquém, onde participam das celebrações religiosas, shows musicais e culturais.

Em outubro, em louvor a Nossa Senhora Aparecida, santa padroeira do Brasil, o Santuário também propõe uma programação de momentos de orações e shows, comemorando também o Dia da Criança, com atividades lúdicas e festival de sorvetes. Em Dezembro o Santuário reúne trilheiros voluntários para a Trilha do Natal do Muquém, cujo objetivo é levar aos povoados mais distantes daquela região, o auxílio de uma cesta básica aos que precisam e a mensagem de esperança e fé. Após receberem uma benção no Santuário, seguem por caminhos quase intransponíveis para cumprirem com objetivo da Trilha do Natal do Muquém.

Neste sentido, o desenvolvimento do turismo religioso surge como uma alternativa ao município, conforme apresenta o Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo de Niquelândia, o qual destaca que o município possui um alto potencial religioso com foco inicialmente na Romaria de Muquém. Destacam nos Dados Socioeconômicos do Município de Niquelândia, no Plano estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Niquelândia (2008, p. 14). A prefeitura Municipal de Niquelândia aportou cerca de trezentos e sessenta e nove mil reais em recursos para a realização da Romaria de Muquém, como forma de incentivar o turismo religioso do município. Atualmente, na cidade de Niquelândia, criou-se em torno deste turismo religioso uma rede de hotelaria e serviços de guias turísticos.

Neste sentido, a Romaria surge como uma expectativa de investimentos políticos, econômicos, socioculturais e religiosos. De um lado, os moradores aguardam o período da Romaria para serem beneficiados com o melhoramento das rodovias, o que facilitará seu deslocamento do povoado até as cidades vizinhas.

Quanto aos romeiros, estes participam da Romaria com expectativas distintas entre pagar suas promessas, agradecer as bênçãos recebidas, fazer seus pedidos a Nossa Senhora D' Abadia, festejar, acampar com seus amigos e familiares e realizarem compras no comércio local. Isso é apresentado de forma mais clara nas

palavras da Senhora Madalena, romeira há mais de 40 anos: “*vou para a romaria, rezar, descansar do trabalho, acampar com minha família e aproveito para comprar muita coisa lá no comércio, tipo, roupas e panelas... tudo!*”.

O comerciante é aquele que sai de suas casas, cidades, ou até estados, para montarem suas tendas comerciais, para comercializarem seus produtos. Outros já se encontram instalados em torno da Romaria e aguardam para comercializarem seus produtos, alugar seus imóveis, vender sua mão de obra, contratar funcionários, conseguir algum emprego e buscar meios para ganhar um dinheiro.

No âmbito religioso, as organizações das celebrações religiosas se dão pelo envolvimento de instituições católicas, onde são reunidos padres e ou religiosos de toda a diocese e municípios vizinhos, que se incumbem em promover as celebrações religiosas e festividades dentro do Santuário, em suas extensas programações ao longo de quinze dias festivos.

No âmbito social e político, os grupos de agentes de segurança, fiscalização, e organizações de voluntários, buscam garantir a segurança dos participantes da Romaria. Há investimentos na infraestrutura e pontos de apoio ao romeiro, visando a promoção das políticas públicas na melhoria das condições das rodovias e serviços de proteção a sociedade. Além disso, há uma intensa participação direta dos representantes políticos nas celebrações religiosas e festividades distintas na Romaria.

Dentre estes e vários outros aspectos, criam-se uma duplicidade cultural religiosa reproduzida sob a óptica mercantilizada, acondicionada pela produção e consumo em torno da Romaria de Muquém. Sua prática enquadra na lógica urbana, capitalista, consumista, que cria marketing de consumidores desejosos por uma série de mercadorias que se convertam no chamado *desejo de consumo*. Entre esses desejos, estão à prática de vender os produtos e de comprar a mercadoria que se encontra disposta ao longo do comércio que se forma. Explicitando claramente como a Romaria de Muquém sofre as implicações da mercantilização.

A análise da trajetória do desenvolvimento do município de Niquelândia demonstra que esta é também favorecida economicamente numa relação intermediária com o povoado de Muquém e outros municípios vizinhos. A

diversidade e a complexidade das relações são marcadas pela pontualidade exata no contexto da Romaria que faz movimentar a economia municipal.

O planejamento estratégico para o desenvolvimento do turismo religioso em Niquelândia reforça a ideia de que devido ao período de crise econômica que o país atravessa a economia local, cuja atividade principal é à mineração, muitos estabelecimentos comerciais e empresas prestadoras de serviços foram diretamente afetados e que neste momento a atividade turística religiosa possui um efeito multiplicador na economia local, possibilitando a geração de negócios, emprego e renda.

O comércio em torno da Romaria de Muquém constata o estabelecimento de relações sociais comerciais, um álibi para transações comerciais, representado através da prática das relações sociais econômicas e religiosa. Isso é expresso não só no comércio que é instalado no interior do Santuário, mas também se faz presente no aluguel dos terrenos para acampamento, na cobrança de taxas dos comerciantes, nas barracas indefinidas que são instaladas ao longo da Rodovia da Fé, da região que vê seu comércio alavancar, da Vila de Muquém, que ascende às transações mercantis. Em síntese, as relações comerciais que são instituídas pela Romaria favorecem a mercantilização da vida.

Para Castro (2018), a sociedade moderna atual, vive sob o amparo determinante e totalizador do capitalismo com seu sistema de relações de propriedade, seu espírito de acumulação, e a transformação de toda vida social em mercadoria. Neste contexto, a criação do mercado se torna uma necessidade compulsória. Como aponta Wood (2003, p. 211) “um compulsivo mecanismo de competição e de crescimento autossustentado”. Para ele, o capitalismo cria uma nova forma de coerção, o mercado, não como uma esfera de oportunidades, mas de condição necessária, capaz de submeter todas as atividades e relações humanas às suas exigências.

O trabalho elaborado por indivíduos estabelece relações entre si e representa em sua relação o trabalho como mercadoria. Neste processo, as relações sociais passam a serem produtos de comércio. A própria expressão religiosa que ali é

instalada fortalece práticas mercantis, pois, há prática durante a festa. Seria diferente se a combatesse, se não a praticasse.

Ao analisar as influências e representações do comércio tradicionalmente construído ao longo da Romaria, embora, imbricados num comportamento religioso, o sujeito moderno, constantemente envolto num bombardeamento pelos valores modernos da sociedade capitalista, encontra na festividade um caminho que possibilita compreender a sociedade contemporânea nas suas mais distintas relações. Porém, assimila naquele espaço elementos advindos das relações sociais pautadas na mercantilização da vida. O comércio é atualmente expressão das relações estabelecidas pelo capitalismo. É parte dele e enquanto tal representa o fim, o ponto final, das relações de exploração que são efetivadas nos locais de produção. A mercadoria é produzida, mas é preciso ser vendida para efetivar o processo. O comércio que se instala principalmente no interior do Santuário realiza esse processo.

3.3 A ROMARIA E A MERCANTILIZAÇÃO DAS RELAÇÕES SOCIAIS

A Romaria de Muquém no âmbito da produtividade apresenta em suas características aspectos da sociedade capitalista, gerada a partir da ascensão da burguesia, que trouxe elementos de uma sociedade atualmente mais racionalizada e mercantilizada, apontada por Marx. Esse condicionamento da sociedade moderna engloba tudo e todos. A Romaria de Muquém não está livre neste universo mercantilizado. É apropriada pelo capitalismo, e enquanto fenômeno religioso busca sobreviver e apresentar uma intencionalidade de autonomia através dos ritos religiosos. Esta aparência é superada com a análise das relações comerciais que emergem com a própria Romaria. Vislumbra-se que religião e comércio andam juntos do início ao fim. Coloca-se em dúvida, inclusive, a intencionalidade religiosa quando se observa um interesse intensificado no controle do espaço interno do santuário. A privatização e comercialização das várias áreas é uma realidade. Utiliza-se do espaço quem paga, quem compra o direito de utilização.

Para Iamini (1992) o capitalismo adquiriu características inexorável e universal. Algumas vezes sob diferentes formas, inclusive nas mais distintas formas

de vida e trabalho da sociedade. Visto assim, a burguesia não pode existir sem revolucionar continuamente os instrumentos de produção, e, por suas relações de produção, formam todo o conjunto das relações sociais, que embora tenham relações fixas, sofrem abalos e opiniões, podendo ser dissolvidas. Em decorrência da necessidade de mercados cada vez mais extensos para comercialização de seus produtos, a burguesia é impulsionada a se estabelecer e criar vínculos em toda parte do mundo. Por isso se ocupa de lugares onde aparentemente não teria espaço nem vez, este é o caso da Romaria de Muquém. Cabe lembrar que Marx e Engels, (1988), fez uma referência a esse manifesto capitalista da burguesia, considerando que,

Através da exploração do mercado mundial, a burguesia deu um caráter cosmopolita à produção e ao consumo de todos os países. [...] retirou debaixo dos pés da indústria o terreno nacional. As indústrias antigas nacionais foram destruídas e continuam a ser destruídas a cada dia. São suplantadas novas indústrias, cuja introdução se torna uma questão de vida ou morte para todas as nações civilizadas. [...] cujos produtos são consumidos não somente no próprio país, mas em todas as partes do mundo. [...] Ademais, há uma universal interdependência das nações e neste cenário histórico e geográfico em que se movem, relacionam, colaboram, mesclam e antagonizam formas de vida e de trabalho, culturas, línguas e religiões, indivíduos e populações. No âmbito do capitalismo, visto como modo de produção material e espiritual, como processo civilizatório, tudo se move; ao mesmo tempo em que se produz e reproduz, modifica, transforma e transfigura (IAMINI, 1992, pp. 59 e 60).

Walter Benjamin (2013, p.21) cita que o capitalismo deve ser visto como uma religião, vez que a demonstração da estrutura religiosa do capitalismo, que não é só uma formação condicionada pela religião, mas um fenômeno essencialmente religioso. Em primeiro lugar, o capitalismo é uma religião puramente cultural, talvez até a mais extremada que já existiu. Nele, todas as coisas só adquirem significado na relação imediata com o culto; ele não possui nenhuma dogmática, nenhuma teologia.

Por um lado, o capitalismo apresenta a necessidade de manter uma lógica repetitiva para se manter de pé. Esta lógica segue o ritmo da produção e da venda. A produção representa o momento em que os trabalhadores são explorados, expropriados de seu trabalho. Isso ocorre nos locais de produção. Mas é preciso que as mercadorias produzidas, ou seja, o trabalho dos trabalhadores cristalizados nas mercadorias seja vendido para fechar o processo. Tratar do comércio instituído em torno da Romaria de Muquém não é apenas uma oportunidade para tratar de suas aparências, de suas especificidades, da sua formatação, como tem sido feito

principalmente no segundo capítulo. Mas falar do comércio nesta festividade apresenta também a necessidade de ir além da própria Romaria. Esta é parte de uma sociedade que se organiza mundialmente pautada no modo de produção capitalista. Esta engloba tudo e todos. A Romaria, por sua vez, é integrada em seu rol e enquanto integrante desta sociedade, torna-se a sua parceira quando fortalece as relações que ela própria cria. A criação de um espaço comercial é um exemplo disso.

Marx (1987) compreende que o fato da essência da concepção materialista, o ser social e a consciência social, são determinados por indivíduos que trabalham produtivamente de determinado modo. Por entrarem em determinadas relações, sua estrutura social e política, em conexão com a produção, decorrem constantemente do processo de vida, de indivíduos, com os quais estes não aparecerem em sua própria representação ou na dos outros, ou seja, agem como produzem materialmente, formando representações conscientes reais ou ilusórias das atividades reais da produção, do intercâmbio, da sua organização social e política. É permeado por esta dinâmica que a produção de ideias e representação da consciência se dá, efetivando-se primeiramente com a atividade produtiva, posteriormente com a troca material dos homens, associadas à linguagem da vida real.

Ademais, Marx (1987 p. 22) reflete que o intercâmbio espiritual dos homens, o representarem, o pensar, aparecem como fluxo direto do seu comportamento material. Os homens são produtores das suas representações. E na medida em que desenvolvem suas produções materiais, muda também a realidade e conseqüentemente o pensamento. Este modo de considerar o desenvolvimento dos reflexos da vida real do homem, com expressa também uma parte daquilo que ocorre com os indivíduos que se envolvem e integram a Romaria. Ali desenvolvem representações da vida, o religioso toma a dianteira em sua vida, pois é expresso nas ações da maioria que ali está. Mas por outro, criam também representações da vida, relacionando o religioso, a Romaria e ao comércio. Assim, Romaria e comércio passam a ser associados nas representações.

A consciência das relações políticas, refletidas nas melhorias de infraestrutura, segurança, apoio aos romeiros dentre outros, parte também da ideia que Marx aponta como representação prática do processo de desenvolvimento dos

homens. Ou seja, a *ciência real* tem que substituir a *consciência*. Podemos citar o caso da atuação do Estado para criar uma infraestrutura que favoreça o crescimento e a atração de pessoas. Este se coloca como auxiliar na organização de um espaço religioso, mas também, comercial. Para o Estado talvez esse seja o mais relevante para suas ações, uma vez que atua enquanto auxiliar da burguesia, daqueles que produzem as mercadorias que ali são vendidas.

Nesta perspectiva, Marx faz uma crítica da ideologia burguesa do conhecimento porque ele retira o problema da consciência da história e das relações sociais. A finalidade da ciência é adquirir a verdade objetiva e ao tomar conhecimento objetivo de si mesmo, a autonomização leva a valorização da ciência, que é a forma dominante da ideologia dominante na sociedade capitalista. Isso explica parcialmente o fato de não haver ainda pesquisas que foquem estes elementos que fogem da aparência das Romarias. O comércio é um elemento aparente, mas não é um fim em si mesmo. Ele é apenas o resultado de todo um processo. Não abordar o processo em que se dá a produção de mercadoria é o mesmo que perder de vista a razão de ser das mercadorias que ali são comercializadas.

Expressa ainda que o processo de desenvolvimento da consciência dependa do momento histórico real que engendra sua possibilidade de reprodução materialista. O ser humano envolvido em relações sociais garante a produção e a reprodução da vida material, elaborando relações com a natureza e a sociedade.

Nildo Viana (2007) descreve que todo ser vivo precisa sobreviver e para sobreviver possui certas necessidades primárias. Na procura de satisfazê-las este desenvolve novas potencialidades de reprodução e a capacidade produtiva (neste caso o trabalho) e através deste, desenvolve outras potencialidades físicas e mentais. E para desenvolver este trabalho reprodutivo, o ser humano precisa se relacionar com a natureza, pela mediação do trabalho, com os outros seres humanos, desenvolvendo conseqüentemente novas potencialidades, novas necessidades. Fica claro, portanto, que a prática da relação do trabalho com a reprodução comercial na Romaria de Muquém é desenvolvida neste caso pela mediação do homem com outras capacidades produtivas, em busca da satisfação também de suas necessidades primárias.

A partir desta perspectiva apontada por Marx, fica clara a caracterização do ser humano condicionado a estas relações sociais e sua reprodução da vida material ao depararmos com a presença explícita do comércio instalado ao longo da Romaria de Muquém.

O comércio praticado em torno da Romaria de Muquém nos dá a consciência de insuficiência humana: há coisas que não são permitidas, ou não podemos fazer. No que tange às proibições de vendas, vemos que no comércio estruturado pelo Santuário, há uma sistematização de rede comerciária, levando em conta a legalidade comercial através do pagamento de taxas, tendo em contrapartida, algumas proibições comerciárias e ou de posse. Entretanto, no comércio praticado fora da sistematização do Santuário há uma liberdade relativa do comércio ali praticado.

Considerando, portanto, o comércio em si, nota-se que há a emergência de uma ideia de que as relações comerciais sinalizam uma metamorfose da autonomia meramente aparente, da qual a *mercadoria, sinal de valor*, funciona como uma medida de grandeza de valor, representada na realidade num trabalho objetivo e subjetivo a existências de representações. Pode-se verbalizar que o comércio praticado na Romaria tem como objetivo dar suporte aos romeiros, como tem aparecido em vários relatos. Mas é preciso também dizer que o comércio é a ponta do iceberg que representa o modo de produção capitalista, é nada mais do que a realização da exploração sofrida pelos trabalhadores nos locais de produção.

Marx (1978) afirma que na medida em que a mercadoria assume a representação de valor de troca, esta exprime um valor em moedas, e ao passar pela metamorfose da esfera da circulação de valores, o valor de troca aparece como existência ideal, neste caso, o dinheiro. Ao descrever sobre o fetichismo da mercadoria, fica evidente que a mercadoria assume trocas determinadas pelas relações sociais entre os homens e assumem “a forma fantasmagórica de uma relação entre as coisas” (Marx, 1978, p. 198).

A *força do trabalho* presente no comércio praticado em torno da Romaria de Muquém também representa uma estatística relevante, nas quais é demandada por contratação de serviços na ordem e manutenção de serviços públicos, serviços de transportes, segurança, saúde, comunicação, limpeza urbana, dentro outros. Além

desses serviços que são gerados por determinadas instituições mantidas pelo estado e também pela própria igreja, há serviços que são geradores pelos comerciantes que contratam pessoas para trabalharem em seus comércios, montarem barracas e acampamentos.

Marx destaca que é importante lembrar que o intercâmbio entre o capital e o trabalho é apenas uma relação de dinheiro e mercadoria, ou seja, uma esfera simples da circulação monetária. Porém, o que impulsiona esse intercâmbio para além dos limites da circulação simples é o *valor de uso* da capacidade viva de trabalho. O que antes era tido somente como valor de troca, com o *valor de uso* de trabalho empregado, passa a ser determinado como mercadoria, e conseqüentemente empregado neles algum valor. Como é o caso da força viva de trabalho ali empregada.

Nesse sentido, a Romaria também oferece a criação de um mercado de trabalho. Pessoas vendem seu próprio trabalho, criando um comércio do trabalho. Gera, assim, uma rede de empregos, relacionados aos serviços prestados, tanto através de empregos nas barracas de vendas, como na fiscalização, limpeza, dentre outros. Ou seja, a própria forma de trabalho humano é mercantilizada, seja através das próprias mercadorias vendidas (força de trabalho humana concretizada) como através dos serviços que são criados.

A *divisão social do trabalho* também está presente no comércio em torno da Romaria de Muquém. Tomemos aqui como exemplo os próprios integrantes e proprietários dos comércios, apontada nos gráficos. Em sua grande maioria são mulheres, com pouca escolaridade, que realizam outras funções além do comércio, mas que busca no comércio local um *lucro* que impulsiona o poder do capital. Por outro lado, vê na Romaria uma forma de ajudar no sustento da família.

Por isso, a essência da racionalidade do capitalismo, como modo de produção material a massificação consumidora da sociedade, vai se tornando cada vez mais influente. Em contrapartida, na medida em que aumenta o consumo, os produtores tendem a produzir e defender a produção. Nisto, as expectativas de emancipação individual e coletiva, propicia a alienação material e espiritual de indivíduos e coletividades, atingindo a produtividade seu grau mais elevado de criação e satisfação.

O comércio praticado em torno da Romaria é constituído e normatizado pela elaboração de condicionamento numa abordagem concreta entre a religião e a produção social. Assim, as relações sociais que ali são estabelecidas, vão contribuindo a cada ano com a mercantilização de tudo que está disposto em seu entorno.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como o comércio em torno da Romaria é constituído. Além disso, também permitiu uma pesquisa de campo, com questionários e entrevistas para obter dados mais consistentes sobre as etapas do processo de comercialização de mercadorias, bem como sua implicância, no que se refere ao comércio praticado paralelo a esta manifestação religiosa. As observações realizadas durante a elaboração desta pesquisa, pautadas em uma inquietação individual, resultou no objeto de análise aqui delimitado.

O processo de análise foi possível a partir das disciplinas estudadas durante este curso, do qual buscou relacionar diversos fatores ligados aos movimentos sociais que compõem a sociedade contemporânea. Outra razão é a escolha dos autores abordados, que abriu horizontes entre o objeto pesquisado e suas relações produzidas. Não foram aqui reduzidos a uma razão puramente científica, mas utilizados como meio de ir além do que o nosso objeto nos apresentava, buscando revelar o que ali estava presente, porém, não claramente.

Ao realizar este estudo a parte mais complexa e desgastante do processo fora as entrevistas com os comerciantes durante o período da Romaria. Na maioria das vezes estavam ocupados com a montagem de suas barracas, outras vezes com a reposição de mercadorias, com o atendimento aos clientes, com a organização do espaço, com instalações de energia, com o atendimento a fiscais que chegavam para vistoriar suas barracas, ou que buscavam pagar as taxas e alvarás, como já mencionado em tópicos anteriores. Apesar de todos esses problemas e limitações, penso que os objetivos propostos inicialmente foram alcançados. Ademais, surgem novas expectativas de continuidade ao trabalho até aqui realizado.

O questionário com perguntas abertas conseguiu mostrar o perfil do comerciante e seus interesses em relação ao comércio instalado dentro do espaço estruturado pelo Santuário. Foi evidenciado que os comerciantes residem em outras cidades e a maior parte deles pratica somente esse tipo de comércio, o que ajuda a

justificar o fato de terem buscado na Romaria de Muquém um meio mais fácil de vender suas mercadorias. Esse era também um meio em que os outros buscavam para complementar sua renda familiar e terem um trabalho extra, visto que pessoas deixavam seus comércios também funcionando sob o comando de outros membros da família em outra cidade.

Dada à importância do assunto, tornou-se necessário o desenvolvimento de pesquisas de campo, entrevistas orais com comerciantes e moradores do povoado de Muquém, bem como a visita em outros espaços utilizados como pontos de vendas de mercadorias ao longo da Romaria. Registros de imagens foram realizados durante o período da Romaria e fora do mesmo, se tornando necessárias para uma concepção da estrutura comercial ali praticada.

As pesquisas já realizadas sobre a Romaria de Muquém e seus aspectos, embora poucas discutissem o comércio estruturado na Romaria, contribuíram para uma investigação determinada sobre os aspectos capitalistas despontados no transcorrer da festividade. A discussão teórica apresentada no primeiro capítulo nos ajudou a observar o objeto de pesquisa para além de sua aparência. Ajudou-nos a vê-lo como o resultado de múltiplas determinações e não como um fim em si mesmo, portanto, enquanto resultado era necessário revelar o conjunto de questões que o fazia se apresentar da forma como se apresenta. Neste caso específico do trabalho, foi o caminho seguido e apontado pelo método de análise do materialismo histórico-dialético abordado por Marx. O objeto de análise, o comércio na Romaria de Muquém, foi analisado considerando a perspectiva teórica apresentada de forma rigorosa e articulado. O objetivo foi revelar as múltiplas determinações do fenômeno.

Nos estudos realizados, foi possível perceber a influência da venda de mercadorias que levou a instalação de uma grande rede mercadológica em volta da Romaria de Nossa Senhora de Muquém. Revelando-se os múltiplos interesses de classes ligadas ao modo de produção capitalista e à prática religiosa.

Dado o exposto, a Romaria de Muquém traz em seus aspectos, caracteres divergentes de uma manifestação religiosa marcada pelo tempo e espaço. Embora carregada de rituais e simbologias cristãs há uma complexidade capitalista ali envolvida que juntam a tradição aos interesses comerciais.

Em sua manifestação religiosa, seus participantes expressam atitudes de grande veneração a Nossa Senhora D' Abadia. Isso está estampado nos milhares de fiéis que participam das celebrações religiosas que ocorrem no interior do Santuário e ao longo da festividade. Todavia, as peregrinações ao longo da rodovia e a multidão de pessoas que segue em procissão pelas ruas e avenidas da cidade de Niquelândia, carregando a Santa até a chegada do Santuário, também demonstra o comprometimento dos fiéis em estarem ali agradecendo e pedindo a proteção de Nossa Senhora D' Abadia, mesmo que a caminhada seja exaustiva. Durante a peregrinação, há aqueles que também desfrutam do comércio, expondo seus produtos à venda no intuito de atender as necessidades primárias dos caminhantes. Igualmente, acontece no aluguel de espaços para lhes servirem de abrigo.

Nos acampamentos em torno do Santuário festas e consumo de bebidas alcoólicas se misturam com cantos e canções religiosas. Nesse âmbito a religiosidade se mistura com o mundo profanado. Isso fica claro nas letras e canções ouvidas em carros de sons, ou por muitas vezes cantadas por acampantes, que fazem em seus acampamentos festas de cantorias com roda de violas e sanfonas. Além das mesas de jogos com baralhos que arrancam de seus jogadores palavrões, expressões de fúria, ao perderem a jogada e risos e comemorações aos que ganharem uma partida do jogo.

Para os comerciantes que montam suas barracas comerciais, no espaço estruturado pelo Santuário, os interesses são explicitamente comerciais. Há, no entanto, comerciantes que nem se quer pratica o catolicismo, ou outra crença. Ele desfruta da festividade puramente com interesse comercial. O foco é vender suas mercadorias. Fica evidente que na festa da Romaria eles encontram um meio de fazer circular a produção.

No comércio não formalizado pelo Santuário ou clandestino, também é constatado oposições entre a prática comercial e a religião. Os comerciantes residentes do Povoado de Muquém se ocupam em atender os visitantes e em vender seus produtos. Há também inúmeras pessoas que frequentam bares e lanchonetes, consomem grandes quantidades de álcool, praticam orgias e se espalham pelas ruas, barracas e avenidas do povoado bem como do Santuário. Ao longo da noite é possível escutar gritos, cantos e manifestações de euforias. Ao

mesmo tempo, dentro do Santuário,romeiros choram aos pés da Virgem D' Abadia, se dão as mãos ao entoarem orações coletivas e súplicas pedindo a proteção de Nossa Senhora D' Abadia.

Brandão (2004) nos instiga a analisar as questões imediatista presente na sociedade, uma vez que nem sempre é fácil separar o sagrado do profano, a diversão da devoção, a celebração religiosa da comemoração que acontece dentro desse universo dinâmico e complexo da vida cultural materializado, que ocorre nas festas do catolicismo popular.

Tendo em vista os aspectos observados, os interesses comerciais também foram verificados nas relações de classes econômicos e políticas. Há o favorecimento de políticas públicas, ligadas à ideia de expansão da atividade religiosa como roteiro turístico e cultural, provocando o fomento e o escoamento das mercadorias produzidas. Essa duplicidade pode ser constatada nos investimentos realizados nos últimos anos pelo poder público em sintonia com o Santuário.

No âmbito das relações sociais tudo é comercializado. Tudo vira mercadoria e produto de consumo. Isso fica claro, através da venda de produtos, das cobranças de taxas, da força de trabalho empregada, dos investimentos realizados, da obtenção de lucros, da circulação de moedas etc.

Pela observação dos aspectos analisados, vimos que nas compras e vendas praticadas em torno da Romaria, a circulação do dinheiro e a circulação da mercadoria são igualmente determinantes. Em algumas situações os valores de troca da mercadoria não aparecem junto com a circulação de dinheiro, visto que nem sempre obtêm-se o lucro nas vendas, mas a mercadoria está ali para ser comercializada. Entretanto, o comércio instalado ao longo dos anos em torno desta Romaria foi sendo construído e passando por despercebido à questão da sua lateralidade.

É preciso atentar à ideia de que a duplicidade cultural não é adotada somente no campo sócio-político-econômico, mas também no âmbito religioso. Entende-se que a devoção a Nossa Senhora D' Abadia, nesse seguimento da pesquisa, envolvem sentimentos religiosos manifestados em cultos e práticas religiosas que demonstram afeto de especial veneração, numa relação íntima e subjetiva ao

sagrado. Enquanto o comércio estabelece uma relação profana, ao lado de práticas religiosas, mas fruto do processo de produção e distribuição desejada pelo capital.

Em virtude do que foi mencionado sobre a relação entre a religião e comércio, o que fica expresso é um reflexo da sociedade globalizada que passou por mudanças. Neste caso, a Romaria de Muquém passou por mudanças, no que se refere à estruturação de suas ações comerciais. Antes não era formalizado, mas atualmente o Santuário detém o controle do espaço comercial praticado dentro da área de sua pertença. Apesar disso, surgiram novos espaços comerciais que fogem do seu controle. Portanto, a partir do que a sua história nos aponta e das múltiplas determinações que aqui apresentamos o que nos parece em última instância é que a Romaria sempre foi um *álibi* para transações comerciais.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho- Ensaio sobre as metamorfoses e centralidade do mundo do trabalho*. São Paulo: Cortez, 2008.
- AZRIA, R. e LÉGER, Hervieu, D. (orgs.) *Dictionnaire des faits religieux*. Paris: PUF, 2010, p. 1174-1180.
- AZZI, Riolando. A Espiritualidade Popular no Brasil: um enfoque histórico. *Revista de Espiritualidade*, ano XLVIII-1994.
- BARSA, *Dicionário da Língua Portuguesa*. Planeta Internacional Ltda. Vol.2, São Paulo: 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BECKFORD, J. e DEMMERATH III, N. J. (Orgs.) *The Sage Handbook of the Sociology of Religion*. London: Sage, 2007.
- BENJAMIN, Walter. *O capitalismo como religião*. São Paulo: Boitempo, 2013.
- BERTRAN, Paulo. *História de Niquelândia/ do Distrito de Tocantins ao Lago da Serra da Mesa*. Goiânia: Verano, 1997.
- BERTRAN, Paulo. *História de Niquelândia* do Julgado de Traíras Lago da Serra da Mesa; 3.^a ed., Brasília: Verano, 2002.
- BICCA, L. *Marxismo e Liberdade*. São Paulo: Loyola, 1987.
- BITTENCOURT filho. *Matriz religiosa Brasileira: religiosidade e mudança social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BOTTOMORE, T. *Dicionário do Pensamento Social do Século XX*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BLOG AR REDAÇÃO. *Centro de Apoio da OVG recebem Romeiros no Muquém, (GO)*. Disponível em: <https://www.aredacao.com.br/noticias/90206/centro-de-apoio-da-ovg-rcebe-romeiros-no-muquem-go>. Acesso em 20 de agosto de 2018.
- _____. BOMBEIROS DE GOIÁS. *Bombeiros militares de Niquelândia realizam trabalhos preventivos na 15ª Romaria do Muquém*. Disponível em: <https://www.bombeiros.go.gov.br/noticias/bombeiros-militares-de-niquelandia>. Acesso em 23 de junho de 2017 .
- _____. JORNAL DIARIO DO NORTE. *Festa popular no Povoado de Muquém*. Disponível em: <http://www.jornaldiariodonorte.com.br/noticias/festa-popular-no-povoado-do-muquem-9150>. Acesso em 12 de setembro de 2018.

____ JORNAL PORTAL EXCELÊNCIA NOTÍCIAS. *Embrapa Cerrados vai aprimorar o cultivo da mangaba no Santuário de Muquém*. Disponível em: <http://jornal+portal+de+excelencia+noticias+festa+da+mangaba>. Acesso em 27 de janeiro de 2018.

____ CIDADE IBGE. *Histórico do município de Niquelândia*. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/niquelandia/historico>. Acesso em 20 de janeiro de 2019.

____ SINVALINE, Teixeira. *A Romaria de Muquém*. Disponível em <http://www.overmundo.com.br/overblog/romaria-do-muquem>. Acesso em 10 de setembro de 2008.

____ NIQUELANDIA. *Nossa história*. Disponível em <http://www.niquelandia.go.gov.br/index.Php/nossa-cidade/historia>. Acesso em 22 de janeiro de 2018.

____ IBGE. *Indicadores estatísticos por Município. Município de Niquelândia*. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pnad-continua/primeiros_resultados/analise04. Acesso em 16 de Janeiro de 2018.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Sacerdotes de viola: rituais religiosos do catolicismo popular em São Paulo e Minas Gerais*. Petrópolis: Vozes, 1981.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Os deuses do povo*. 2. ed. Campinas: Brasiliense, 1986.

BRANDÃO, C. Rodrigues. *A partilha da vida*. Taubaté: Cabral Editora, 1996.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *De tão longe eu venho vindo: símbolos, gestos e rituais do Catolicismo popular em Goiás*. Goiânia; UFG, 2004.

BRUSCHINI, Cristina. *Mulher, Casa e Família: cotidiano nas camadas populares*. São Paulo: Vértice, 1990.

CÂNDIDO, Alexandre José. *Nossa Senhora D' Abadia: Uma história de devoção e religiosidade*. Goiânia: Flex, 2017.

CARVALHO, Diógenes Faria de; FERREIRA Vitor H.A. *Sociedade de Consumo: Pesquisas em direito do consumidor*. Goiânia: Espaço Acadêmico, 2017.

CASTRO, Daniele. *Fiéis celebram os 270 anos de devoção a Nossa Senhora D' Abadia*. Disponível em: <http://am15.com.br/artigo/feis-celebram-270-anos-de-devocao-a-nossa-senhora-dabadia-na-romaria>. Acesso em 21/09/2018.

CASTRO, Daniele. *Romeiros se despendem da 270ª Romaria de Muquém*. Disponível em: <http://am15.com.br/artigo/feis-celebram-270-anos-de-devocao-a-nossa-senhora-dabadia-na-romaria>. Acesso em 21/09/2018.

CASTRO, Daniele. *Reitor do Santuário de Muquém convida devotos para o plantio de árvores em torno do Santuário*. Disponível em:

<http://www.am15.com.br/artigo/reitor- do- santuario- de- muquem -convida- devotos para-plantio-de-arvores.html>. Acesso em 15 de janeiro de 2019.

CASTRO, Maria Aparecida. *Romaria de Carro de Bois: Saudade da terra, da comunidade e de laços familiares profundos*. Curitiba: Appris, 2018.

CABRAL, Cláudia Peixoto. *Romaria de Nossa Senhora d'Abadia de Muquém- 270 anos da devoção e religiosidade do norte goiano, a cidade itinerante, sociabilidade e a experiência etnográfica e de narrativa digital 1*. PPGAS/ UFG/ GO. 2018.

COHEN, A. P., *The Symbolic Construction of Community*. London: Routledge, 2007.

CORDEIRO, Darcy; Chaves, Dom José Silva. *História da Diocese de Uruaçu*. Goiânia: PUC Goiás, 2012.

CORTELLA, Mario Sérgio. *Educação, ensino religioso e formação docente*. In: *SENA, Luzia (org.) Ensino religioso e formação docente*. São Paulo: Paulinas, 2006.

CROATTO, José Severino. *As linguagens da experiência religiosa: Uma introdução à fenomenologia da religião*. Tradução de Carlos Maria Vasquez Gutiérrez. São Paulo: Paulinas, 2004.

CROATO, José Severino. *As linguagens da Experiência Religiosa*. São Paulo: Paulinas, 2001.

D' ABADIA, Idelma Maria. *Diversidade e Identidade Religiosa: uma leitura espacial dos padroeiros e seus festejos em Muquém, Abadiânia e Trindade- GO*. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Goiás. Goiânia 2010.

DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA; Rio de Janeiro: FAE, 1986.

DIOCESE DE URUAÇU. *Livro do Tombo*. Uruaçu: Diocese de Uruaçu, 2007.

DIOCESE DE URUAÇU. *Anuário Diocesano- 2012*. Uruaçu: [s.ed.], 2012.

DURKHEIM, Émile. *Da divisão do Trabalho Social*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DURKHEIM, Émile. *Formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Paulinas, 1989.

EDIPE. *Enciclopédia Didática de Informação e Pesquisa Educacional*. São Paulo: Iracema, 1993.

ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

ELIADE, Mircea. *O Sagrado e o Profano: a Essência das Religiões*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

ELIADE, Mircea. *Aspectos do mito*. Portugal: Almedina, 2000.

ENGLES, F. *A Dialética da Natureza*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

GEERTS, Ciford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

- GUIMARÃES, Bernardo. *Quatro Romances*. São Paulo: Martins, 1994.
- HAUSER, Arnold. *História Social da Arte e da Cultura*. Lisboa: Jornal do Foro, 1954.
- HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. *Fenomenologia do espírito*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- HERVIEU - Léger, Daniele. *O peregrino e o convertido – a religião em movimento*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- HUFF JUNIOR, Arnaldo Érico. *Campo religioso brasileiro e a história do tempo presente*. Cadernos CERU, série 2, v. 19, n. 2, dez. de 2008.
- IANNI, Octavio. *A sociedade Global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- IANNI, Octávio. *A Sociedade Global*. Revista Inter Ação, v. 16, n. 1/2, 1992.
- INFORMATIVO, especial. *Romeiros da Fé*. Niquelândia: Santuário Diocesano Nossa Senhora D' Abadia de Muquém, 2018.
- LESSA, Sérgio. *Para além de Marx- Crítica às teses do trabalho imaterial*. São Paulo: Xamã, 2005.
- LEMOS, Carolina Teles. *Religião e tecitura da vida cotidiana*. Goiânia: PUC Goiás, 2012.
- LEMOS, Carolina Teles. *A (re)construção do conceito de comunidade como um desafio à sociologia da religião*. In: Estudos de religião, v 23, n.36, p. 201-216, jan./jun. 2009.
- LEMOS, Carolina Teles. *A religião como espaço de conexão entre o rural e o urbano: os valores do indivíduo e a comunidade em interação*. Caminhos, Goiânia, v 2, n.1, p. 71-86, jan./jun. 2004.
- LEMOS, Carolina Teles. *Religião e sociedade: a eterna busca de sentido*. In: LAGO, Lorenzo; REINER, Haroldo; SILVA, Valmor da (Org.). *O sagrado e as construções de mundo*. Cadernos de Área: 20. Goiânia: Ed. Da UCG; Ed. Da Universa, 2004.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Manifesto do partido comunista*. São Paulo: Martin Claret, 2008.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Manifesto do partido comunista*. Petrópolis: Vozes, 1988.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Ideologia Alemã*. São Paulo: Martins fontes, 2008.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *A Ideologia Alemã*. São Paulo: Ciências Humanas, 1982.
- MARX, Karl. *Contribuição à Crítica da Economia Política*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

MARX, Karl. *Manuscritos Econômicos - Filosóficos e outros textos, os pensadores*. São Paulo: Abril Cultura, 1978.

MARX, Karl. *O Capital: Crítica Da Economia Política. O Processo De Produção Do Capital*. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política*. Livro I, v. 2. Ed. 29. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011b.

MARX, K. *O capital: Livro 4: teorias da mais-valia: história crítica do pensamento econômico*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

MARX, K. *O Capital: crítica da economia política*. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

MARX, K. *Capítulo VI inédito de O Capital: resultados do processo de produção imediata*. São Paulo: Moraes, 1985b.

MARX, Karl. *Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857 – 1858: esboços da crítica da economia política*. São Paulo: Boitempo, 2011 a.

MICHELOTO, Antonio Ricardo. *Realidade e perspectiva das tradições religiosas na pós modernidade*. Interações: Culturas e comunidade. V. 3, n. 3, p. 97-112, 2008.

MONTEIRO, Douglas Teixeira. *Os Errantes do Novo Século: Um Estudo sobre o Surto Milenarista do Contestado*. São Paulo: Duas Cidades, 1974.

NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo. *Economia Política: Uma introdução Crítica*. São Paulo: Cortez, 2008.

O'DEA, Thomas F. *Sociologia da religião*. São Paulo: Pioneira, 1969.

OLIVEIRA, Sandra Célia Coelho G.S.S. de. *Romarias: um espaço de interação entre a tradição e a modernidade*. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2011.

OLIVEIRA, Edite Gomes Dias. *A Rica Presença de Sacerdotes Franciscanos em Quirinópolis (1954-996)*. In: URZEREDO, Maria da Felicidade Alves. *Quirinópolis: Mãos e Olhares Diferentes (1832-2010)*. Goiânia: Kelps, 2010.

OTTO, Rudolf. *O sagrado*. São Bernardo do Campo: Imprensa Metodista, 1985.

OUTHWAITE, W. BATTOMORE, T. (Org). *Dicionário do pensamento social do século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. *O catolicismo rústico no Brasil*. São Paulo: Vozes, 1973.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. *Sociologia - O Catolicismo Rústico no Brasil*. Revista do Instituto de Estudos Brasileiros, n. 5, p. 104-123, 31 dez. 1968.

PADILHA, V. *Shopping Center – a catedral das mercadorias*. São Paulo: Boitempo, 2006.

PEREIRA, José Carlos. *A Eficácia Simbólica do Sacrifício: Um Estudo da Relação Sacrificial na Devoção ao Bom Jesus Crucificado no Santuário do Porto de Caxias na Baixada Fluminense*. São Paulo: PUC: Arte e Ciência, 1999.

REVISTA IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. V 4.3.16.1. 2017.

REVISTA, *plano estratégico para o desenvolvimento do turismo religioso de Niquelândia-Goiás*. Goiânia: Sebrae, 2009.

ROSDOLSKY, Romam. *Gênese e Estrutura de O Capital de Karl Marx*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

SANCHIS, Pierre. *Peregrinação e romaria: um lugar para o turismo religioso*. Ciências Sociales y Religión/ Ciências Sociais e Religião: Porto Alegre, v.8, n. 8, p.85-97, out. 2006.

SANTOS, José Zica dos. *Romaria de Nossa Senhora D' Abadia da Água Suja*. Goiânia: Universidade Católica de Goiás, 2005.

SANTOS, Leila Borges Dias. *Ultramontanismo e Catolicismo Popular em Goiás de 1856- 1907, à luz da Sociologia da Religião*. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília, 2006.

SINGER, P. *Curso de introdução à economia política*. Rio de Janeiro: Forence Universitária, 1995.

SILVA, Adelphino Teixeira. *Economia e mercados*. São Paulo: Atlas S.A, 1992.

SILVA, Júlia Bueno de Moraes. *Memória e tradição na Romaria do Muquém*. Número 07/08 – Janeiro / Dezembro, 2001.

STEIL, Carlos Alberto. *O sertão das romarias, um estudo antropológico sobre o santuário de Bom Jesus da Lapa-Bahia*. Petrópolis: Vozes, 1996.

TEIXEIRA, Faustino. *Faces do catolicismo brasileiro contemporâneo*. Revista USP, São Paulo, n. 67, set./nov. 2005.

TINHORÃO, José Ramos. *Festa de Negro em devoção de Branco: Do carnaval na procissão ao teatro no círio*. São Paulo:Unesp, 2012.

VIANA, Nildo. *O Fim do Marxismo e Outros Ensaio*s. São Paulo: Giz Editorial, 2007.

VIANA, Nildo. *A consciência da História*. Rio de Janeiro: Achiamé, 2007.

VIEIRA, Cônego Primo Maria. *Nossa Senhora D' Abadia*. São Paulo: Academia Paulista de Letra, 2001.

WEBER Max, *Economia e sociedade*. Brasília: UNB, 1991.

WEBER, Max. *A ética protestante e o "espírito" do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WITOSLAWSKI, Henrique. *História: 6ºano*. Curitiba: Positivo, 2013.

WOOD, Ellen Meikins. *Democracia contra capitalismo: a renovação do materialismo histórico*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/Decreto/D9255.htm, visitado em 23 de setembro de 2018.

ANEXOS

Questionário de Pesquisa de Campo aplicado aos comerciantes que participam do comércio organizado pelo Santuário.

QUESTIONARIO DE PESQUISA DE CAMPO (A)

A Romaria de Muquém e comércio

Pesquisa a ser realizada entre os dias 10 e 15 de agosto de 2018, na festa da Romaria de Muquém, com o objetivo de verificar: Que tipo de sociedade busca participar da Festividade? - Os espaços ocupados em torno do Santuário se dão como possibilidade de ganho material? – O comércio paralelo à festa influencia nos princípios apresentados pela igreja aos fiéis?

Sexo: () masc () fem idade: _____

Estado civil: () casado/a () solteiro/a () outros

Escolaridade () Ens. Fundamental () Ens. M. completo () Superior completo.

1. Profissão () comerciante () outra profissão?
2. Reside no Estado de Goiás () Sim () Não () outro
3. Reside em municípios vizinhos () Sim () Não () outro
4. Quanto tempo participa da festa da Romaria:
5. Quanto tempo é comerciante no comércio da Romaria:
6. Qual tipo de comércio: () Artigos religiosos () Supermercados () Lojas de roupas () Restaurantes () Lanchonetes () Produtos eletrônicos () Conveniências () outros
7. Quanto dia permanece com o comércio instalado no espaço comercial: Romaria
8. Participa das festividades religiosas da romaria: () Sim () Não
9. Professa alguma crença religiosa: () Sim () Não Qual?
10. As vendas durante a Romaria contribuem para a renda familiar: () Sim () Não
11. Em sua opinião o comércio é um atrativo para tanto público: () Sim () Não
12. A respeito das perguntas que foram feitas, há alguma coisa a mais que gostaria de colocar e que não foi perguntado sobre a presença do comércio na festa do Muquém.

Questionário de Pesquisa de Campo aplicado às pessoas envolvidas no comércio praticado em torno da Romaria de Muquém.

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE CAMPO (B)

A Romaria de Muquém e comércio

Pesquisa a ser realizada com pessoas representantes de instituições ou órgãos que participam ou participaram da festa da Romaria de Muquém, com o objetivo de verificar: Que tipo de sociedade busca participar da festividade?- Os espaços ocupados em torno do santuário se dão como possibilidade de ganho material?- O comércio paralelo à festa, influencia nos princípios apresentados pela igreja aos fiéis?

Sexo:

Idade:

Estado civil:

Escolaridade:

1. Profissão:

2. Órgão representativo: () Prefeitura () Estado () Secretaria

3. O Órgão ou instituição participa diretamente da organização comercial presente na Romaria de Muquém?

4. O órgão ou instituição contribui com algum tipo de serviço oferecido durante a Romaria? Quais? Quantos servidores?

5. Durante a festividade no povoado de Muquém, há um aumento significativo na arrecadação municipal?

6. O órgão ou instituição contribui com verbas diretas para realização da Romaria?

7. O órgão ou instituição recebe alguma contrapartida do Santuário, quanto ao comércio instalado na Romaria?

8. O comércio presente na Romaria é um fomento também para os comerciantes do município?

9. A respeito das perguntas que foram feitas, há alguma coisa a mais que gostaria de colocar e que não foi perguntado sobre a presença do comércio na festa do Muquém?

Roteiro de perguntas de Pesquisa, realizada em visita de campo, no povoado de Muquém após a Romaria e nos espaços envolvidos no comércio praticado em torno da Romaria de Muquém.

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE CAMPO (C)

A Romaria de Muquém e comércio

Pesquisa a ser realizada com pessoas que participam ou participaram da festa da Romaria de Muquém, com o objetivo de verificar: Que tipo de sociedade busca participar da festividade?- Os espaços ocupados em torno do santuário se dão como possibilidade de ganho material?- O comércio paralelo à festa, influencia nos princípios apresentados pela igreja aos fiéis?

Sexo:

Idade:

Estado civil:

Escolaridade:

1. Profissão:

2. Você participa ou participou da festa da romaria?

3. Ao participar da romaria, você costuma comprar algo no comércio?

4. Em sua opinião o comércio é um atrativo para tanto público?

5. Participa das atividades religiosas no Santuário?

6. O que acha presença do comercio na festa?

7. Você participa do comércio na Romaria ou em torno da festa?

8. Em sua opinião a Romaria é um atrativo para o desenvolvimento da comunidade local e o comércio praticado em torno desta, ajuda a população?

9. A respeito das perguntas que foram feitas, há alguma coisa a mais que gostaria de colocar e que não foi perguntado sobre a presença do comércio na festa do Muquém?