

Identidade e reconhecimento: nexos, práticas e consumo entre os Kalunga

Thais Alves Marinho*

Resumo: O trabalho analisa a identidade Kalunga apreendida através da linguagem de expressão comum à comunidade e seus significados no ambiente no qual seus gostos, desejos, opiniões e aspirações fazem sentido dialogicamente, focando os bens consumidos. Esse sentido dialógico é informado pela cultura Kalunga, estrutura histórica que informa os indivíduos como substituir velhas aquisições por novas e pelo nexos seguido pelo campo étnico-quilombola, regido por premissas multiculturais, de reconhecimento e globalização, intermediados por diversos atores que o compõem (SEPPPIR, INCRA, MDA, FCP, movimento negro, academia, mídia, quilombolas...). Tal análise nos permite compreender como o fluxo de informações, bens e produtos, geridos por essa lógica mundial, associada às diretrizes que regulam esse campo se articulam com a estrutura identitária, estruturando as práticas Kalunga cotidianamente.

Palavras-chave: Identidade, reconhecimento, consumo, quilombola, Kalunga

Identity and recognition: nexuses, practical and consumption between the Kalunga

Abstract: The work analyzes the Kalunga identity apprehended through the language of common expression to the community and its meanings in the environment in which its tastes, desires, opinions and aspirations make dialogically sense, focusing the consumed goods. This dialogic direction is informed by the Kalunga culture, historical structure that informs the individuals as to substitute old acquisitions for new and the nexus followed for the ethnic-quilombola field, prevailed for multicultural premises, of recognition and globalization, intermediated for diverse actors compose who it (SEPPPIR, INCRA, MDA, FCP, black movement, academy, media, quilombolas...). Such analysis allows in them to understand as the flow of information, goods and products, managed for this world-wide logic, associate to the lines of direction that regulate this field if they articulate with the identity structure, structuralizing practical the Kalunga daily.

Key-words: Identity, recognition, consumption, quilombola, Kalunga

* Mestre em Sociologia UFG e Doutoranda em Sociologia UnB, Professora assistente Pontifícia Universidade Católica de Goiás. E-Mail: thais_marinho@hotmail.com

Introdução

Este artigo busca explorar como o fluxo de informações, bens e produtos, regidos pela lógica mundial, multicultural, globalizada, associada ao nexos de reconhecimento e multiculturalismo¹ que regem o campo étnico-quilombola se articulam com a estrutura identitária Kalunga cotidianamente, examinando tal dinâmica através das práticas de consumo na comunidade, compreendendo consumo como construtor de identidades e de processos de significação. Busca-se para tanto, analisar a identidade Kalunga apreendida através da linguagem de expressão comum à comunidade e seus significados no ambiente no qual seus gostos desejos, opiniões e aspirações fazem sentido dialogicamente, esse sentido dialógico é informado pela cultura Kalunga, estrutura histórica que informa os indivíduos como substituir velhas aquisições por novas e pelo nexos seguido pelo campo étnico-quilombola, como veremos.

A investigação partiu de um desafio teórico-metodológico, o de realizar uma análise em um grupo étnico a partir tanto da organização social quanto da estrutura social, explorando os níveis micro e macro do objeto. O caminho para esse dilema metodológico foi traçado por meio de uma investigação sobre o *habitus* da comunidade Kalunga. Este, ao contrário do conteúdo cultural que se modifica no tempo e varia de acordo com ajustamentos ecológicos - como nos diz o pai das teorias da etnicidade Frederik Barth (1976) -, é composto de disposições duradouras para certas percepções e práticas que acabam por se tornar parte do sentido de identidade individual, e obedece ao princípio de não-consciência³ de Bourdieu (1983). A noção de *habitus*, que já fora proposto por Weber (2004) nos estudos de grupos étnicos e que Bourdieu também utiliza para fundamentar sua teoria da prática, permite diferenciar expressões culturais superficiais daquelas estruturais e profundas, de forma que, enquanto estruturas profundas do *habitus* fornecem a base para o reconhecimento da identidade, essas estruturas produzem uma grande variedade de expressões culturais de superfície, que variam de acordo com o contexto e estratégias escolhidas pelo grupo étnico.

Dessa forma, ao se estudar a comunidade Kalunga deve-se vislumbrar que os diferentes *habitus* não existem em estado puro, mas enquanto síntese de outros *habitus* presentes nos indivíduos, como um resultado de suas pertencas a diversos grupos, ocorridas ao longo de suas trajetórias de vida. Assim, o *habitus* Kalunga é

¹ O multiculturalismo é um determinado tipo de ideologia e de política, que se mostra como uma das propostas a ser discutida como perspectiva de se organizar o poder nas sociedades democráticas contemporâneas, em contextos sócio-históricos plurais. Outro aspecto significativo do multiculturalismo é de se apresentar como um poderoso movimento de idéias que o alimenta com um corpus teórico dando-lhe substrato conceitual e legitimação intelectual. Nesta condição, se revela um importante produtor de subjetividades ao inserir-se principalmente na sociedade contemporânea com uma nova proposta educacional (HABERMAS, 2000). Em um contexto multicultural, a educação pode estimular a compreensão e o desenvolvimento de valores relacionados à democracia, tais como os valores da tolerância à diferença, do respeito mútuo, e da investigação cooperativa. Esse tipo específico de educação inscreve uma variedade de crenças, políticas e práticas para dar substrato ao conhecimento e a atitudes em uma sociedade multirracial.

construído enquanto síntese do *habitus* negro, rural, religioso e de campesinato específico da construção histórico-social brasileira.

O presente trabalho se baseia em uma pesquisa realizada nas regiões da Maiadinha, Taboca, Capela e Curriola, todas no *Vão do Moleque* no município de Cavalcante, no Estado de Goiás. Onde realizei, além da observação participante, entrevistas formais e informais, que seguiam um roteiro de entrevistas, pré-elaborado e pré-testado e História Oral. Foram visitadas cerca de 30 residências da região, de um total de 122, o contato com as famílias das outras residências (não-visitadas), bem com moradores pertencentes à outros povoados do sítio, ocorreu na cidade de Cavalcante, onde alguns também possuem residência, ou no Festejo de Nossa Senhora do Livramento e na ocasião do Velório de Joca da Costa Serafim e/ou quando estes estavam de passagem pelas residências visitadas. Em outros momentos, pude conhecer diversos outros povoados pertencentes ao Sítio, mas o contato se deu sob outras bases que não a de pesquisadora, incluindo os povoados de Areia, Boa Sorte, Prata, Corrente, Engenho II, Vão de Almas, Sucuri, Fazenda Ema e Mochila, entre outros.

O atual Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga² ocupa uma área de 267 mil hectares de terra. A comunidade Kalunga está localizada no nordeste do estado de Goiás, há cerca de 600 km de Goiânia e 400 km de Brasília. A região é conhecida como Vãos³ da Serra Geral, no Vale do rio Paranã e seus afluentes, às bordas da Chapada dos Veadeiros nos Municípios de Cavalcante, Teresina de Goiás e Monte Alegre de Goiás. Pode ser dividida em três núcleos principais: o Vão do Moleque, o Vão das Almas, e o Vão da Contenda, que ainda se subdivide em cerca de 62 povoados.

² A lei Estadual nº11.409/91 baseada em estudo feito pela equipe do Projeto Kalunga Povo da Terra – subprojeto do Resgate Histórico dos Quilombos ligado à Universidade Federal de Goiás, idealizado e coordenado por Mari Baiocchi, que deu início à longa caminhada em busca do reconhecimento e dos benefícios garantidos por lei à comunidade, o Projeto Kalunga é de 1991 e tornou-se público no II Seminário Nacional “Sítios Históricos e Monumentos Negros” em 1992 – foi adotado pelo extinto IDAGO (Instituto de Desenvolvimento Agrário de Goiás), que sancionou o direito aos títulos da terra pelos Kalunga, e decretou inicialmente 241,3 mil hectares de terra da comunidade Kalunga como Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga. O reconhecimento a nível Federal ocorreu a partir da inserção de políticas públicas voltadas para as comunidades remanescentes de quilombo, a partir de 2002, que teve a comunidade Kalunga como plano piloto para a regulamentação da terra, que agora seriam 253mil hectares. A certidão de reconhecimento foi publicada em diário oficial da União no dia 19 de abril de 2005, e a titulação do território em 20 de novembro de 2009, resta agora a fase de indenizações e desintrações.

³ O termo “Vão” indica literalmente um vão entre os morros, serras e rios da região, ou seja, um pedaço de terra mais ou menos plano localizado entre os morros e serras às margens dos rios, constituindo um lugar perfeito para se esconder de colonizadores e manter uma agricultura de subsistência, além de ser possível várias rotas de fuga, seja pelo rio ou pelos morros. Assim, a região ficou conhecida como Vãos da Serra Geral, e algumas comunidades levam o nome de vão, como o Vão do Moleque no município de Cavalcante e o Vão de Almas no município de Teresina de Goiás.

Durante os festejos (Nossa Senhora do Livramento e Nossa Senhora da Abadia), que atrai Kalunga e cidadãos de todas as partes, o clima é de fartura. Diversas 'barraquinhas' são montadas por Kalunga e comerciantes 'de fora' que revendem variados tipos de comida, bebidas, produtos nativos e industrializados, importados e falsificados, dia e noite. Nessas ocasiões levam geradores para manter freezers, geladeiras, som, e luz funcionando vinte e quatro horas, propiciando o contato com um mercado que oferece artigos difíceis de serem encontradas na cotidianidade Kalunga. Fora do contexto dos festejos, ocorre um comércio informal, onde alguns Kalunga compram mercadorias em grande quantidade nas cidades e estocam em casa, para revenderem aos vizinhos e passageiros no dia-a-dia, especialmente bebidas alcoólicas e fumo.

Os mais velhos, relatam com frequência sobre as diferenças entre o passado e o presente, "clamam" que antigamente se dançava mais sussa e curraleira e que agora o povo bebia muito e ouviam forró, sertanejo e outras músicas "esquisitas" (músicas eletrônicas, funk, entre outras). Os jovens quando não vão embora, não querem mais trabalhar na roça, ficam bebendo, usam roupas estranhas e sustentam hábitos pouco tradicionais. Aparecem muitos "turistas" (gente de fora), que "De uns tempo pra cá, só querem saber da escravidão", "querem ver os "preto" Kalunga". Ao mesmo tempo, é possível observar um movimento de valorização de produtos rotulados como "Kalunga", tais como: botijas de barro, "artifício" (artefato feito de chifre de boi e algidão que produz fogo), rapadura e melado de cana, "bruacas" de couro, arroz e farinha de mandioca Kalunga, etc. Os mais velhos atribuem todos esses "males" à inevitável proximidade com a "rua" (zona urbana e cidades), ocasionada pelo 'recente' reconhecimento, já grantidos no artigo 68⁴ da Constituição Federal Brasileira desde 1988 e intensificado em 2002 com a entrada da comunidade como plano piloto para o reconhecimento e regularização fundiária no governo Lula.

Essa dinâmica de reconhecimento identitário brasileiro demonstra o desenvolvimento do pluralismo social, disseminado pelo grande fluxo de informações, redes de conectividades-comunicacionais e pelo encurtamento dos espaços, propiciados pela lógica da globalização e ilustra a existência nas sociedades contemporâneas desses diferentes grupos sociais que desenvolvem políticas e práticas em várias frentes que visam construir uma sociedade multiétnica. É dessa forma que o multiculturalismo se transforma em área de concepção de lutas por reconhecimento da existência de pluralidade de valores e diversidade cultural, constituindo, em alguns países ocidentais, terreno de debates e polêmicas intermináveis, confrontando diferentes ideologias quanto aos modos de promover igualdade de oportunidades e o reconhecimento do direito à diferença (TAYLOR, 1998).

⁴ Art. 68: Aos remanescentes das comunidades dos quilombos que estejam ocupando suas terras é reconhecida a propriedade definitiva, devendo o Estado emitir-lhes os títulos.

Identidade e Consumo

No Brasil, a articulação de políticas de reconhecimento para comunidades quilombolas, entre outras, se intensifica a partir de 2002, como dito anteriormente, inspirados pelos nexos do multiculturalismo e globalização, se baseia em um projeto de governo para o país com uma agenda de ação governamental com viés microeconômico, que busca interpretar e garantir as expectativas dos agentes econômicos, calcada na constatação da necessidade de reverter a baixa taxa de investimento nacional, através da recuperação da poupança pública e da garantia e estímulo do crédito privado.

Procuram garantir um ambiente de confiança econômico e, conseqüentemente estimular o crédito privado, aumentando a eficiência dos gastos públicos, investindo em políticas sociais acompanhada de um rigoroso sistema de avaliação de resultados que visa agir diretamente sobre a desigualdade sócio-racial. Investem também na aplicação de políticas estruturais compensatórias para proporcionar a expansão da capacidade de geração de renda dos pobres (aumento da produtividade ou garantia de valorização do que produzem) aumentando o acesso à educação e qualificação, crédito produtivo popular e terra (reforma agrária). Articulando políticas sociais e crescimento econômico, pretendem preparar a população mais pobre para que aproveitem o crescimento econômico e tecnológico, apoiando a produção popular, para garantir condições de comercialização e acesso a mercados, incluindo o de crédito; descentralizando as ações sociais do âmbito estatal, com estímulo à participação local como forma de aumentar tanto a eficiência quanto a flexibilidade no desenho das políticas sociais; e unificar o orçamento social da União com a coordenação de políticas públicas (RICCI, 2005.).

Para o atual governo as políticas sociais compõem um ambiente econômico propício para reverter a dependência do fluxo de capital externo (SCHEINKMAN, 2002). É uma verdadeira tentativa de inserção dessa camada da população no mercado de trabalho, com participação na economia de mercado. Aliando, para tanto, cultura e economia.

Assim, o reconhecimento propiciou a elaboração de políticas públicas que beneficiam as comunidades remanescentes de quilombos com o intuito de sanar uma série de problemas e deficiências em todas as esferas. Baseadas nas dificuldades da realidade dos Kalunga várias medidas foram ou estão sendo implementadas na comunidade, algumas mais bem sucedidas que outras. Ocorreram várias campanhas para resolver a questão da falta de documentação pessoal, que resultava em dificuldades para obter aposentadoria, agora facilitada para quilombolas, participam de programas de redistribuição de riqueza como Bolsa Família e Renda Cidadã, tais medidas elevaram as possibilidades de obtenção de renda dessas famílias, conseqüentemente aumentando seu poder de compra, abrindo possibilidades para aquisição de créditos, possibilitando novas formas de investimentos. Escolas foram construídas, cursos de capacitação foram executados, procurando sanar as debilidades e deficiências no sistema educacional,

aumentando e capacitando lideranças para a organização comunitária e mobilização política, estimulando o aproveitamento das matérias-primas e valorizando os recursos e produtos nativos.

Quanto a situação fundiária, o governo Lula assinou o Decreto de titulação em 20 de novembro de 2009, restando ainda a longa etapa de desinstituição e indenizações sob a responsabilidade do Incra, enquanto isso, permanece a presença de fazendeiros e grileiros. A infra-estrutura social básica, como energia elétrica, transporte, estradas, comunicações, saneamento básico permanecem precárias, há um baixo nível de escolaridade e alto índice de analfabetismo, desconhecimento das doenças prevalentes na população negra, acompanhada pela precariedade dos serviços de saúde, existentes apenas nas cidades, principalmente de saúde preventiva, tais como nutrição, saúde bucal, etc.

Esses fatores possibilitam que a territorialidade Kalunga se estenda para as cidades, onde muitas famílias mantêm duas residências, uma na área urbana e outra no Sítio Kalunga, revezando e estendendo as relações do Vão para a “rua” e vice-versa, passam três meses na cidade e um na roça, variando de acordo com as necessidades de cada um. Cada família possui uma motivação diferente, alguns migraram procurando melhor educação para os filhos, outros dependem de tratamento médico-hospitalar contínuo, outros ainda fugiram da precariedade e solidão da vida no Vão, mas todos relatam que sentem falta da vida na roça, esperando um dia poder retornar de vez.

A partir de tais medidas, estimuladas pelo reconhecimento constitucional é possível notar uma mudança de ênfase da identidade Kalunga, percebidas na forma de incorporação pelos indivíduos Kalunga da estrutura produzida pelo novo arcabouço jurídico/sociológico do campo étnico-quilombola, que passa a integrar o seu *habitus*, e na exteriorização ou objetivação desse *habitus* pela comunidade. Agora enfatizam elementos como cultura, etnia, raça, identidade e território.

Esse fenômeno que Wieviorka (2003) chama de lógica da produção da diferença, pode ser observado mundialmente, desde o final dos anos sessenta, quando houve a emergência de confrontações culturais novas ou renovadas que demandam, em diversos domínios, o reconhecimento de sua identidade, elegem a cultura como elemento qualificativo para o reconhecimento. Embora como assinala Liv Sovik (2007), a ascensão do tema da identidade tenha ocorrido, na realidade, a partir da II Guerra Mundial, sobretudo, no processo de descolonização das antigas colônias européias, tanto na África, quanto na Ásia. Para Wieviorka, tal fenômeno de produção de identidades se tornou inerente à própria modernidade, quanto

“más nuestras sociedades son modernas, hiper-modernas (...) más nuestras sociedades inventan diferencias, incluso, dándoles el aspecto de la tradición, componiendo lo que inventaram a partir de materiales tomados del pasado, de los costumbres, de las tradiciones, etc (lo que Levi-Strauss designa com el término de ‘bricolage’)” (WIEVIORKA, 2003, p. 23).

Agora⁵ os diversos discursos identitários produzidos (de minorias, mulheres, homossexuais, etnias, entre outros), historicamente constituídos e transmitidos pela estrutura social, são regidos por um contexto de globalidade e por políticas de reconhecimento, por um novo nexo produzido pela conjugação de redes institucionais e fluxos de interações sociais e conectividades técnico-informacionais.

Tais processos de globalização, multinacionalismo e multiculturalismo demarcam “um terreno a invenções e riscos para uma vida a ser vivida no cruzamento conflituoso e híbrido entre culturas, ressignificando tradições e recompondo comunidades de sentido; senso de pertencimentos e horizontes hermenêuticos inventados ao saber das circunstâncias e dos gostos das individualidades habilitadas a “pensar por si mesma e viver pelos outros” (BECK, 2004).

Logo, o desafio de pensar o lugar da diferença⁶ vem alterado pelo próprio espaço que a identidade vem ocupando na sociedade contemporânea desde a aurora do período moderno. Enquanto reação cultural, percebemos fortes tendências ao “irracionalismo”, exemplificados, tanto pelo fundamentalismo contemporâneo, como pela sociedade de consumo, que convivem em um universo cultural de “colonização pela estética” da ciência e da ética, e por outro lado, a ressignificação da memória referida a um sistema de práticas performático-identitárias, como um caminho possível para se pensar a diferença, enquanto espaço de negociação da identidade na sociedade de consumo contemporânea. Tais práticas são vislumbradas pela apropriação dos signos de consumo disponibilizados, de modo que se particularize sua identidade a partir de mecanismos de auto-representação diferentes conforme o gênero, a etnia, a religião, a língua, idade, sexo, etc.

O consumo, para Baudrillard (1995), é um importante elemento de classificação e diferenciação social na construção das identidades. Para ele, os objetos se tornam signos que identificam e distinguem o indivíduo, filiando-o a determinado grupo social. Estas diferenciações seriam refletidas diretamente nos hábitos de consumo desse grupo.

Nestor Canclini (1999) afirma que “...devemos admitir que no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma comunidade”. A

⁵ Esse momento histórico é datado de diferentes formas, em contextos diversos, para variados grupos sociais, por exemplo, no Brasil, ocorre a partir da redemocratização, para remanescentes de quilombos a partir do advento do artigo 68 da Constituição Federal Brasileira, em 1988, enfatizados em 2002, com a entrada do governo Lula, enquanto que na Europa e Estados Unidos, ocorre a partir da década de 60.

⁶ Tal diferença se caracteriza por estar no mundo se conduzindo por meio de uma tessitura particular do eu em relação à identidades hegemônicas e que se presentificam ambas num jogo de forças, onde ficam demarcadas as posições, os lugares a serem ocupados por cada uma.

reconstrução da racionalidade comunicativa apontada recoloca o lugar da comunicação humana articulada com a esfera do público enquanto espaço de produção não somente de bens materiais, mas também de articulação simbólica que possibilita ao indivíduo inserir-se tanto como portador de direitos individuais, quanto cidadão que alcançou seu lugar no mundo pelo consumo.

Nas acepções de Mary Douglas (2004), o consumo também seria construtor de identidades e de processos de significação, pela interação, e os bens, seriam marcadores (classificadores) sociais, constitutivos de um sistema vivo de informações, que se contemplam na interação com os indivíduos e com os outros bens. Para a autora, os bens só possuem nexo dentro da interação humana, são construtores ou solventes de fronteiras, são necessários para dar visibilidade e estabilidade às categorias da cultura, já que se consome para o outro. “O consumo é um processo ativo em que todas as categorias sociais estão sendo continuamente redefinidas” (p. 112), corroborando com a perspectiva de que cultura é um processo dinâmico feito por indivíduos interagindo, e que o foco deve ser justamente a função comunicativa dos bens. Logo, as pessoas que consomem compartilham um universo de nomes e classificações, compartilham um conhecimento, um saber sobre produtos e serviços, onde o que saber é apreendido e classificado culturalmente, pelo consumo. Nessa visão o foco principal do consumo é esse compartilhamento de saberes, de nomes.

Na sociedade atual, então, ocorreria uma substituição de valoração entre o ter e o ser, imperando o parecer ser em prol do ter, nesse sentido, a identidade torna-se ambígua e ao mesmo tempo descartável. Logo, o modo como o sujeito se concebe, que artifícios utiliza para obter prazer, ou ainda que estilos de vida escolhe para se encaixar na sociedade é o que define sua identidade. A busca frenética pela satisfação, por reconhecimento leva a uma perda de referências, a uma desconstrução e uma fragmentação do sujeito.

Grosso modo, a identidade não seria una e estável, está sujeita a uma multiplicidade de manifestações, por vezes díspares e inusitadas, não existindo uma essência individual à qual a pessoa permanece fiel ou comprometida, a identidade seria continuamente emergente, reformada e redirecionada na medida em que os indivíduos se movem na constante mudança de fórmulas e categorias, como ocorre com a identidade Kalunga, como veremos adiante.

O advento da cultura global produziu uma situação única em que tradição se torna a base para a experimentação, onde um indivíduo pode sincretizar elementos da tradição e modernidade para produzir padrões de identidade que não necessariamente corroborem com um papel convencional, padronizado. Assim, um jovem Kalunga fascinado por filmes norte-americanos, morador da Ceilândia no Distrito Federal, pode se tornar um cantor de Rap e se vestir como tal, consumir produtos importados e falsificados e ainda sustentar sua identidade Kalunga. Sua identidade não é percebida enquanto conflito entre valores, e sim como a fragmentação de elementos culturais díspares.

Autores como Canclini (1999 e 1997), Castells (1999), Featherstone (1995), Giddens (1991 e 2002), Hall (2001) e Ianni (2001) evidenciam, em recentes estudos,

que a atual fase da globalização vem provocando reações que buscam uma redescoberta das particularidades, das diferenças e dos localismos, em resposta, ao desencanto na cultura, que já era embrionário, implícito nas exigências críticas da Razão, desde a modernidade. Para Featherstone (*op. cit.*), o momento atual configura-se como uma reação cultural, representa uma ampla perda de confiança no potencial universal do projeto iluminista. Tal processo estabelece uma nova relação entre as culturas locais e a cultura global. A disseminação da cultura mundializada influencia os padrões de comportamento, provocando uma valorização da tradição e um fortalecimento dos regionalismos manifestos na identidade cultural, vista como uma forma de identidade coletiva característica de um grupo social que partilha as mesmas atitudes e, está apoiada num passado com um ideal coletivo projetado (HALL, 2001). Ela se fixa como uma construção social estabelecida e faz os indivíduos se sentirem mais próximos e semelhantes.

Cultura e Economia

Essa reorganização da estrutura de temporalidade nas sociedades democráticas contemporâneas, voltada para a memória, para o passado, para o retorno às identidades, para a diferença, expressa a necessidade de se pensar o papel da cultura, como elemento e perspectiva de se organizar o poder e o saber nos atuais contextos sócio-histórico plurais, submetidos às radicais transformações dos processos técnico-científicos-comunicacionais.

As formas tecnológicas de vida se desenvolvem propiciando, um gigantesco fluxo de informações e produtos, espaços maquinizados, que aliam técnica, ciência e informação, acarretando num permanente descarte das classificações e fórmulas, inaugurando a sociedade pós-industrial, ou financeira, ou sociedade da informação ou do consumo, marcada pela exacerbação do individualismo, consumismo, da ética hedonista, da fragmentação do tempo e espaço. Ocorre o enfraquecimento dos estados nacionais, acuados pela lógica da globalização do capital, promovido pela mundialização da cultura e a internacionalização das relações de poder.

Tais transformações tendem a confundir cada vez mais os limites entre as esferas econômica e cultural, vislumbradas especialmente por práticas de consumo e discussões sobre uma teoria do consumo. Essas categorias habitualmente identificadas com esferas distintas da atividade humana, começam a deixar nítidas seus pontos de convergência, intersecção e interdependência. O consumo há tempos vem sendo tratado como um objeto das ciências econômicas, que, geralmente, iniciam a análise pelo aspecto meramente físico do consumo, enfatizando necessidade física e básica em detrimento de necessidades sociais, os bens seriam primordialmente necessários à subsistência e à exibição competitiva. A esfera do econômico é geralmente identificada com a idéia de necessidade, em conjunto com a qual participa no quadro de diversas outras associações simbólicas que são importantes para a compreensão de sua evolução. Entre elas encontram-se as que aproximam o econômico de idéias ou categorias, também historicamente

mutáveis, como as de *subsistência e escassez, de natureza e animalidade, de produção, trabalho e consumo, de material e vulgar, de riqueza e dinheiro, de racionalidade e egoísmo*, enquanto que a esfera da cultura é claramente identificada com a lógica da liberdade, onde a principal necessidade suprida pelo consumo é a simbólica.

Na verdade, nunca houve uma separação entre cultura e consumo, isso porque, todos os fatos sociais são determinados culturalmente, já que emergem de dentro da sociedade (SLATER, 2002 *apud* FAGGIANE, 2006). Nesse contexto o consumo deixa de ser um simples produzir, comprar e usar objetos para se tornar um sistema simbólico, através do qual a cultura manifesta seus princípios, categorias, ideais, valores e principalmente identidades. Tal consumidor cuja subjetividade é plural, mutável e fragmentária, escolhe mercadorias como pertencimento social, através de identidades revogáveis e flutuantes, não mais atendendo a leis econômicas formais, mas agindo de acordo com complexos mecanismos subjetivos relativos à sentimentalização e emocionalização do ato da compra.

Essa sociedade-cultura de consumo constantemente cria novos espaços para os consumidores, tornando o consumo um sistema global que molda as relações dos indivíduos e é reconfigurada por tecnologias variáveis que determinam os padrões de consumo. Por meio do consumo, podem ser reveladas boa parte das relações sociais e experiências de subjetividade e, assim, formar um sistema de classificação de coisas e pessoas, indivíduos e grupos.

Um olhar mais apurado nos mostra que o consumismo não é um fator isolado na sociedade, ou simplesmente um imenso grupo de pessoas que satisfaz suas necessidades básicas de subsistência adquirindo produtos, bens de serviço e informações; é antes de tudo um bem arquitetado, conjunto de regras e estatutos que molda a sociedade, nos diz como consumir a vida e, sobretudo tornou-se o principal mediador do espaço e do tempo livre. Se antes as regras eram estabelecidas pelo Estado, atualmente são os intermediadores midiáticos como a publicidade, a propaganda e a moda que estabelecem, respaldadas no consumo, as regras atuais.

A cultura do consumo se caracteriza por criar 'necessidades' na singularidade dos indivíduos, para que sejam reconhecidos, identificados como integrantes desse ou daquele grupo. O que nos leva a acreditar que o único meio de se construir uma identidade é através do consumo de bens materiais.

Demonstra-se de fato que o ritual do consumo é uma experiência que vai além do simples ato da compra e relaciona-se a dimensões humanas do sujeito, como na construção do seu eu, da sua identidade. '(...) *Na medida em que são preenchidas as necessidades básicas, as pessoas passam a procurar produtos que respondam a expectativas sociais e pessoais mais elevadas*' (SOUSA, 2000 *apud* FAGGIANI, 2006, p.29).

Assim, como para Daniel Bell (1973), a sociedade pós-industrial organiza-se em torno do conhecimento com o objetivo de exercer o controle social e direcionar as inovações e transformações, assim gerando novos relacionamentos sociais e

novas estruturas. No âmbito econômico percebemos a mudança da economia de bens para a de serviços; a distribuição ocupacional se configura na preeminência da classe profissional e técnica; há o princípio axial, que implica na centralidade do conhecimento teórico como fonte de informação e de formação de política; e uma orientação futura no controle e na distribuição tecnológica; e para tomada de decisões e criação de uma nova “tecnologia intelectual”. As alterações nestes aspectos refletiriam numa nova significação de sociedade na qual seria posta em questão a distribuição da riqueza, do poder e do status, problemas centrais em qualquer tipo de sociedade (*op.cit.*).

Campo Étnico-Quilombola

É nesse contexto que as comunidades remanescentes de quilombo do Brasil, por meio do movimento negro e da academia, intensificaram as iniciativas para o reconhecimento, reivindicando uma identidade, fundamentada nas diferenças de usos e costumes, que tanto podem delinear os limites da comunidade étnica como estabelecer parâmetros da condição social. Tal luta se iniciou por meio dos direitos a terra⁷, o que recolocou em pauta a preocupação com a desocupação das terras invadidas e titulação das mesmas e outros direitos básicos - já garantidos pela Constituição Federal Brasileira de 1988 pelo artigo 68 - que lançou, entre outros, a comunidade Kalunga no âmbito do movimento quilombola, como plano piloto para a regularização fundiária na Agenda do Governo Lula em 2002.

Assim, tais comunidades iniciam uma luta tanto por visibilidade e reconhecimento quanto por redistribuição de recursos favoráveis a um desenvolvimento social justo, essa busca vem acompanhada de uma disposição performativa pelos agentes que elegem a cultura como recurso qualificativo para o reconhecimento (SOVIK, 2007). Ao perceber essa possibilidade (de reconhecimento) a comunidade Remanescente de Quilombo Kalunga, na esteira de diversas outras comunidades negras (no Brasil há cerca de 2.228 comunidades), passou a se identificar cada vez mais pelo ícone quilombola, por uma identidade cultural específica, agora admitem em certo grau o passado de escravidão, se aproximando da categoria do negro, o que alijaria não só socialmente como juridicamente, a exclusão e as desigualdades cada vez mais fortes, e que nesse caso são conjugadas com discriminação sócio-racial. Para tanto, as lideranças, grupo engajado nesse movimento étnico, reforçam as tradições, especialmente durante o contato com os ‘de fora’, nos festejos e outros rituais, procuram resgatar e reinserir costumes abandonados, como a confecção de vasos e botijas de barro, agora

⁷ No entanto, as querelas territoriais não esgotam o processo de identificação Kalunga, que existe e persiste enquanto grupo étnico ao longo de sua história como um grupo organizacional (MARINHO, 2008).

comercializados como símbolos da identidade, ou a reinserção do gado curraleiro na região, por exemplo.

Essa aproximação da matriz colonial que associa os negros a existência de um quilombo, que denomino de politização ou “eticização”, delimita a nova estratégia de reprodução em uso na comunidade da identidade Kalunga (MARINHO, 2008). Esse processo desencadeou novas dinâmicas, intensificando a alteridade, o embate entre o ‘nós’ e os ‘outros’. A comunidade passou a se auto-definir quilombola, Kalunga, estabelecendo suas fronteiras e os meios de diferenciação tanto interna como externamente que definem a atual organização social do grupo e que está ligada às estratégias dos processos de identificação étnica que derivam da constituição de espaços de visibilidade e das formas de interação com o “mundo externo” e com a estrutura social, definidas pela dinâmica do campo étnico-quilombola.

Diversos membros da diretoria da Associação da Comunidade Quilombola de Cavalcante participam com frequência de seminários de âmbito regional e nacional sobre a temática dos remanescentes de quilombo e movimento negro, nesses espaços eles têm acesso à informações relativas às discussões que ocorrem nesse campo e internalizam a nova estratégia. Procuram estabelecer alianças de apoio com outras lideranças de outras comunidades para garantir maior acesso e visibilidade de legisladores e políticos.

De volta à comunidade, transferem o conhecimento adquirido ao maior número de pessoas possível, promovendo uma conscientização da comunidade nos assuntos relativos ao reconhecimento e titulação da terra. Participam ativamente dos rituais Kalunga, promovendo a inserção de outros membros no processo para que tais representações sejam perpetuadas nas próximas gerações, são responsáveis em lidar com o *outro*, durante eventuais visitas, se certificam sobre o que pode ser visto e o que não pode, estabelecendo assim um limite étnico entre os Kalunga e “os de fora”.

A criação da Associação há cinco anos atrás já é um indicativo de mudança na estratégia, e demonstra a organização das lideranças. Por meio dela é possível angariar recursos e projetos junto à Universidades, Organizações não governamentais e órgãos estatais. Diversos projetos na área de desenvolvimento sustentável e de promoção da identidade Kalunga estão sendo implementados graças à mediação da Associação e dos líderes da comunidade.

É dessa forma que o campo se organiza, por meio da reprodução e produção da memória coletiva, apreendidas tanto pelo sistema de estrangimentos institucionais, simbólico e de conduta que limitam as opções do indivíduo (a estrutura social), quanto pelo resultado das escolhas feitas pelos agentes, de acordo com tais limitações (a organização social). O resultado dessas escolhas, ou seja, as práticas e ações cotidianas apreendidas através das diversas representações sociais da comunidade, tais como rituais religiosos, festejos, formas de comunicação e organização, técnicas de plantio, pelas escolhas dos bens consumidos, que são traduzidos nos gostos, nas relações maritais e redes sociais de interação, confirmam tal estratégia (*op. cit.*).

O campo étnico-quilombola, como outros campos, vive o conflito entre os agentes que o dominam e os demais, entre os agentes que monopolizam o capital específico (saber) do campo, pela via da violência simbólica (autoridade) contra os agentes com pretensão à dominação. Tal campo é caracterizado pelas relações de força resultantes das lutas internas, pelas estratégias em uso e por pressões externas, é um espaço onde os objetos sociais compartilhados são disputados por agentes investidos de saber específico, títulos, privilégios, esforços, que permitem acesso aos vários lugares em seu interior, bem como aos diferentes jogos de conflito. Os campos com autonomia têm a capacidade de traduzir em linguagem própria os problemas relativos ao grupo, bem como os frutos e lucros obtidos coletivamente são distribuídos pelas posições, mesmo que de forma diferenciada (BOURDIEU, 1989).

O campo étnico-racial compreende as instâncias de poder responsáveis pelas demandas étnicas (quilombolas e indígenas), pelas ações afirmativas, pelas políticas de erradicação de pobreza e de desigualdades sociais e raciais, o movimento negro, movimento indígena, movimento agrário, as comunidades quilombolas e indígenas, e outros grupos da sociedade civil que exercem poder dentro do campo como a mídia e a academia. Envolve organismos internacionais e nacionais, estatais, privado e filantrópico, que exercem interesse e poder nas arregimentações que delineiam as ações dos integrantes de grupos étnicos. O campo pode ser subdividido em subcampos: campo étnico-quilombola, campo étnico-indígena... e interage com outros campos o cultural, o político, o econômico, etc. Assim, a estrutura do campo é dada pelas relações de força entre os agentes (indivíduos e grupos) e as instituições que lutam pela hegemonia no interior do campo, isto é, o monopólio da autoridade que outorga o poder de ditar as regras, de repartir o capital específico de cada campo.

Nesse sentido, é pela compreensão de como se estrutura a memória (classificações) dentro do campo, é por meio de como é institucionalizado o que lembrar e o que esquecer que se estabelecem os parâmetros do que saber, do que consumir, de como se reconhecer, do mesmo modo, é preciso definir qual arranjo de forças estabelece um comando nessa regulação, em outras palavras como se dá a inculcação, ou seja, o aprendizado e transmissão da estrutura de saber, do sistema de percepção mimético e por fim, qual o artefato de transmissão da significação.

Essa regulação do saber, nas proposições de Bourdieu aparecem como estratégias de reprodução do campo, nesse caso, o étnico-quilombola. Os agentes e instituições dominantes tendem a inculcar a cultura dominante, de modo a reproduzir o *habitus*, as desigualdades sociais nas maneiras de falar, de trabalhar, de julgar, legitimando inconscientemente a reprodução. O processo de politização/etnicização⁸ da identidade Kalunga, observados pela fórmula de

⁸ A antiga estratégia de reprodução do grupo, informada ao longo da constituição histórico brasileira pela estrutura social, traduzida no *habitus* Kalunga, era antes calcada no “embranquecimento”, percebida ainda nas falas de alguns Kalunga quando indagados sobre a identidade Kalunga, afirmam que “não sou Kalunga, eu não sou bicho e nem preto” e por

categorização das práticas Kalunga, que agora reivindicam publicamente o estigma “ser quilombola, ser Kalunga”, deslocando seu campo de significação original, se distanciando da matriz colonial, e institucionalizando o grupo, segue as premissas desse campo que são elucidadas pelas discussões sobre multiculturalismo, reconhecimento, globalização e identidade transculturalmente constituídos⁹, intermediados por diversos atores que compõem o campo étnico-quilombola – tais como: Governo Federal com seus respectivos órgãos, Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial – SEPPIR, Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA, Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA, Fundação Cultural Palmares- FCP, além do movimento negro-quilombola, a academia, mídia, as lideranças Kalunga e indivíduos Kalunga, entre outros – responsáveis pela inculcação da estrutura social; e, pela cultura Kalunga.

A cultura Kalunga, enquanto estrutura historicamente constituída, informa os indivíduos Kalunga como agir diante de novas possibilidades, o *habitus* é quem informará os valores que orientam como as novas estratégias do campo, articuladas com essa estrutura (do campo), se convertem em ações e práticas. A família, a escola, o meio não só reproduzem o *habitus*, como o legitimam inconscientemente, através da linguagem, que pela mimeses se torna o meio pelo qual os indivíduos usam para atribuir significado e realizar suas ações cotidianas, é a possibilidade tátil do objeto, que tem como intuito, informar o limite entre o sujeito e o objeto, não é o real em si, mas aquilo que torna possível falar do real. A linguagem é transmitida e produzida nos rituais, nos afazeres cotidianos, nos bens consumidos, especialmente, mas não exclusivamente, dentro do ambiente familiar e escolar.

Assim, a família e a escola funcionariam como mercados simbólicos, espaços instituidores de competências necessárias aos agentes para atuarem nos diferentes campos. A reprodução moral, ou seja, a transmissão dos valores, virtudes e competências, maneira de ver o mundo, o mesmo mundo simbólico, serve invariavelmente, de fundamento a filiação legítima dos *habitus* distintos e desiguais, fortalecendo e intensificando a hierarquia do culturalmente aceito ou execrável, do autêntico ou do inautêntico, porque o *habitus* encontra-se no princípio das afinidades imediatas que coordenam os encontros e as aquisições sociais.

Nessa perspectiva, a posição socialmente ocupada pelos agentes detentores de um poder específico em um campo particular de existência depende, antes de

outro lado, “não sei de escravidão não, teve esses trem pro lado de lá” em outras ocasiões se fazem de rogados e de humildes “eu não entendo disso não, não entendo as letra não, eu sou boba”. Esses discursos demonstram a negação da cor negra como tentativa de fuga do conflito e como estratégia de ascensão na estrutura social Kalunga. Agora, esses mesmos Kalunga reiteram o passado quilombola se assumindo enquanto Kalunga, portanto, remanescentes de quilombo, adotando um teor essencialista/construtivista para se ampararem no artigo 68 da CFB, demonstrando a “etnicização”. (MARINHO, 2008).

⁹ Representados objetivamente por órgãos e organismos internacionais como: Unesco, Onu, OMC.

tudo, dos capitais objetivados nas práticas distinguidos em três dimensões: o capital econômico, o capital cultural e o social. É a forma assumida por esses capitais objetivados em uma relação e incorporados que determinam os grupos sociais e, conseqüentemente, constituem práticas de distinções.

O Consumo Kalunga

As práticas de consumo, assim, são responsáveis pela criação e manutenção de relações sociais de dominação e sujeição (Bourdieu, 2007). O esteticamente admirável, é senão, para os agentes, o socialmente construído pelos capitais acumulados em uma história relativamente autônoma onde aprenderam a reconhecer os signos admiráveis, por meio da lógica do campo do poder. Afirmando assim a dependência estética em relação às condições materiais de existência, legada pelo passado ou transmitida no presente, através das condições econômicas e sociais do exercício pedagógico da instituição escolar e da família.

Desse modo, o gosto ou as preferências manifestadas através da prática de consumo, é, então o produto dos condicionamentos associados a um grupo ou fração de grupo. Tais preferências têm o poder de unir todos àqueles que são o produto de condições objetivas parecidas, distinguindo-os de todos aqueles que estando fora do campo socialmente instituído das semelhanças, propagam diferenças inevitáveis.

O consumo, ou seja, os diferentes usos de bens, serviços e espaços, enquanto linguagem, dizem respeito a uma subjetividade, na medida, em que se refere também à motivação, como já alertava Rousseau. Assim, os objetos mobilizados pelos usos Kalunga estão na trama mimética, estão narrando e fazem parte da narrativa, porque constituem um campo de significação, compartilhamento de nomes e saberes que constituem identidade.

Dessa forma, o consumo também pode ser visto como um processo ritual cuja função primária consiste em dar sentido ao fluxo rudimentar dos acontecimentos. Comprar objetos, pendurá-los ou distribuí-los pela casa, são recursos para se pensar o próprio corpo e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar inteligível um mundo onde o sólido se evapora, por isso, as mercadorias além de serem úteis para a expansão do mercado, reprodução da força de trabalho e para nos distinguirmos dos demais e nos comunicarmos com esses, elas servem como fonte de conhecimento, estabelecendo um jogo entre desejos e estruturas, onde as mercadorias e o consumo delineiam uma força reguladora em cada sociedade. No consumo, os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados.

De tal modo, os grupos sócio-culturais criam representações acerca do consumo que estariam relacionados à sua posição na sociedade, isto explica porque os indivíduos da comunidade Kalunga valorizam mais uma lanterna com mecanismo auto-gerador portátil, ou um isqueiro, ou uma bacia de plástico, em

detrimento de um celular, calça jeans, vaso sanitário ou ainda chuveiro elétrico, por exemplo.

No entanto, é preciso considerar o grande fluxo de mercadorias e produtos propiciados pela globalização e propagação de conectividades técnico-informacionais, (ou mídias: internet, televisão, cinema, etc...), que aproximaram o universo dos diferentes setores sociais, tornando-os membros do mesmo sistema simbólico. A retração do Estado de Providência estimulou a construção e produção do indivíduo a partir da lógica neoliberal competitiva e de um estilo performático propiciado e ativado constantemente pela moda.

O reconhecimento, inserido nessenexo, bem como as diversas políticas públicas aplicadas a comunidade propiciou o acesso a bens e serviços, antes desconhecidos ou desvalorizados, o que ativou o desejo de consumo de alguns “novos” bens, antes marginalizados ou mesmo desconhecidos. Devemos levar em consideração que tal desejo se reproduz segundo a estruturação social (aí incluso também a cultura Kalunga, como vimos), que está sempre em constante movimentação e interage com as construções de natureza ideológica e com suas relações – representações mentais – mesmo que distorcidas da materialidade social

Assim, a comunicação de massa, particularmente a TV, cujo acesso é amplo, embora ainda não democratizado na comunidade, mas possibilitado pela recente aproximação com as cidades, especialmente após o reconhecimento, se encarregam de moldar os padrões estéticos segundo normas uniformes, mas calcados nos dispositivos culturais (*habitus*) Kalunga. Ao mesmo tempo, a convivência com ‘outros’, em decorrência da própria ‘eticização’ que vem atraindo cada vez mais estudiosos, pesquisadores, turistas e vendedores ambulantes, esses últimos atraídos pelo mercado promissor recém formado, notadamente durante festejos e rituais que aglomeram maior quantidade de pessoas de ‘dentro’ e de ‘fora’, e que ofertam em sua maioria produtos piratas, falsificados e miudezas produzidos no Paraguai e China, ampliam as possibilidades de valorações estéticas.

Observamos que a aproximação com as cidades e contato com esses produtos ofertados durante os festejos interferem, no vestuário Kalunga, as mulheres, por exemplo, perpetuam o uso de lenços que usam na cabeça para protegerem o cabelo contra a poeira e/ou escondendo-o caso esteja despenteado ou sem tranças, e de saias até os joelhos, marginalizando quase que totalmente o uso de calças ou bermudas. No entanto, escolhem estampas, cores e tecidos modernos, baseadas nos preceitos da moda, do que é visto pela TV e trazido pelos ‘de fora’ e que se encontra disponível. Os homens usam o tradicional chapéu de couro, mas gradativamente, percebemos outros modelos sendo utilizados, como boinas e outros chapéus de tecido, inclusive com estampas xadrez.

Na cozinha utilizam utensílios de plásticos, como bacias e copos, para armazenar e transportar água, em detrimento das botijas de barro e cabaça, no entanto, é possível observar que quando velhas e rachadas não são descartadas, são costuradas com linhas e remanejadas para outros usos, como vasos de plantas ornamentais e medicinais, ou simplesmente para transportar as vasilhas e roupas que são lavadas nos rios e grotas.

Por um lado, observamos um processo de legitimação de um padrão cultural, e por outro, o seu rebatimento em um ambiente de desigualdade social e econômica, que balizam os condicionamentos histórico-culturais particulares que remetem ao modo de vida específico Kalunga. Trata-se de bens cuja valoração é definida coletivamente, de forma ampla e considerados altamente desejáveis, justamente por que são escassos. Esse contato com os meios de comunicação propicia a generalização de gostos e de padrões estéticos, mas que ao atingir a comunidade Kalunga, desprovida e limitada de recursos, inserida em um sistema de classificações e valores próprios historicamente produzidos, são reelaborados segundo critérios e meios igualmente particulares e alternativos.

Outro exemplo dessa dinâmica é o recente movimento de investimento em automóveis e outros bens, antes exclusivos de cidadãos. O reconhecimento, com a implementação de políticas públicas, estimulou e promoveu direitos e obrigações inéditos aos indivíduos Kalunga, o advento das estradas, mesmo que precárias, possibilitou o encurtamento dos espaços, houve uma emergência de visitas às cidades, pois agora disponibilizam de serviços como aposentadoria, distribuição de cestas básicas, atendimento médico-hospitalar, regularização de documentos pessoais, o que possibilita, entre outros, formas de obtenção de renda, além de empréstimos bancários e outras formas de créditos, todos esses eventos se constituem em compromissos mensais ou semanais, onde já não é suficiente (ou conveniente) vencer os longos trajetos a pé ou de mula, como se fazia antigamente. No entanto, o tipo de automóvel valorizado na região não é compatível com os modelos ultramodernos e tecnológicos valorizados nos grandes centros urbanos, o automóvel almejado e desejado por esses indivíduos são de grande porte, com tração nas quatro rodas e de fácil manutenção e baixo preço, compatível com modelos antigos, que já nem se fabrica mais.

Assim, percebemos que as representações gerada no interior do campo simbólico do consumo estão relacionado a um determinado espaço físico. É ilusório acreditar que os habitantes do mundo rural Kalunga o percebem nos mesmos moldes que os habitantes dos grandes centros urbanos.

A pouca disponibilidade de recursos, tanto de renda quanto de oferta de produtos, na comunidade, fragiliza esses indivíduos enquanto consumidores e coloca-os numa situação de cidadania¹⁰ incompleta que necessita de outras estratégias para que se posicionem como integrantes de uma realidade maior, o consumo de mercadorias de segunda mão e/ou falsificados, se configura como uma dessas estratégias.

Em outros contextos esse tipo de consumo agrega pouco *status* e indicaria certo nível de pobreza, tal interpretação comumente é feita por visitantes ao ter contato com a realidade da comunidade, mas como bem nos lembra Douglas (2005) a pobreza seria definida pelo tipo de relacionamento do indivíduo com a

¹⁰ Diante da falta de efetivação de esferas de participação democrática é possível pensar o consumo como meio de conquista da cidadania pelos grupos e indivíduos que menos acesso tiveram e têm aos bens tanto econômicos quanto culturais da sociedade.

informação, é nessa perspectiva que os bens marcam a pobreza, não pela quantidade em que são consumidos ou não-consumidos, mas pela reciprocidade, pelo consumo de bens semelhantes trocados dentro de cada esfera, gerando um arcabouço de conhecimento, e que não se relacionam com outros de outra esfera, pela exclusão da rede de saberes constituída pela troca desses bens.

O consumo, portanto, pode ser definido como uma prática idealista que vai além da relação com os objetos e com os indivíduos, se prolongando para todos os registros históricos, comunicacionais e culturais.

Considerações Finais

A formação das identidades depende, assim, dos processos de socialização e de ensino e aprendizagem que ocorrem de acordo com as características físicas, cognitivas, afetivas, sexuais, culturais e étnicas dos envolvidos nos processos educativos, como já assinala os pressupostos fenomenológicos, a partir de Husserl e Merleau-Ponty e Schultz, além de Bourdieu e Habermas, Taylor também enfatiza o papel do “outro importante”, os pais, a família, e sua proximidade e afastamento na constituição da identidade. Assim, a vida social Kalunga é governada pelos interesses do campo, mas no âmago do próprio sistema.

Tais interesses estão ligados à própria existência do campo (sobrevivência) e às diversas formas de capital, ou seja, aos recursos úteis na determinação e na reprodução das posições sociais (BOURDIEU, 1989). Assim, além de premissas multiculturais e de reconhecimento, o campo étnico-quilombola (estrutura social) bem como a ressignificação da memória referida ao sistema de práticas performático-identitárias Kalunga (organização social), recebem influência pelo desenvolvimento de formas tecnológicas de vida que propiciam, entre outros, um gigantesco fluxo de informações e produtos, marcados por uma reflexividade causada pelo permanente descarte das classificações e fórmulas, característicos da globalização. Logo, os Kalunga interpretam o seu mundo e conferem-lhe significado a partir do sentido de unidade grupal estabelecido sobre o ícone de comunidade remanescente de quilombo Kalunga, a partir do *habitus* Kalunga, construído enquanto síntese do *habitus* negro, rural, religioso e de campesinato específico da construção histórico-social brasileira, sincretizados agora com esses nexos.

A partir do exposto é possível vislumbrar que a compreensão da identidade Kalunga está tanto na organização social quanto na estrutura social e também nas formas de inculcamento dessa estrutura na organização social, a partir da compreensão dos sistemas de percepção miméticos e de linguagem responsáveis pela inculcação, ressignificação e tradução em práticas da estrutura social na organização social, observadas aqui pelo consumo. Já que os objetos e bens se inserem na comunidade de acordo com a lógica de posições do campo e apreendidas pela dinâmica cultural Kalunga.

Assim, as ações e percepções do indivíduo Kalunga são condicionadas (e/ou condicionantes) pela liberdade (ou seja, pelas relações de poder) propiciada pela lógica do campo étnico-quilombola e da situação que nele ocupam. Isso porque os indivíduos Kalunga são agentes, que atuam e são dotados de um senso prático de classificações de percepções, são produto de uma estrutura profunda, que incorporam um *habitus* gerador historicamente localizado, mas que varia no tempo e no espaço e que condiciona as aquisições mais novas pelas mais antigas.

Logo, a identidade Kalunga pode ser apreendida através da linguagem de expressão comum à comunidade e seus significados, no ambiente no qual seus gostos, desejos, opiniões e aspirações fazem sentido dialogicamente. O argumento territorial é o que motivou internamente a “eticização”. Constituindo, assim, a lógica de reconhecimento e identidade, que elucida as políticas públicas aplicadas à comunidade, fator determinante no momento de análise da liberdade dos agentes Kalunga frente às relações de poder travadas no campo étnico-quilombola. Essa fórmula de categorização das práticas Kalunga está sintonizada ao modo de coordenação e governança contemporâneo definidos pela sua característica de conjugação de redes institucionais e fluxos de interações sociais e conectividades técnico-informacionais. Nesse sentido, tal regime de verdades delineia um repertório lógico-conceitual deliberando possibilidades de codificações das manifestações em suas variedades institucionais pela arquitetura normativa e trama jurídica decidindo propriedades e possibilidades de alienação e acesso de bens, e com isso ativando mercados e instâncias de visibilidade e transmissão legítimas de bens, mas incidindo nas orientações das manifestações humanas e no relevo dados aos universos simbólicos em uma esfera pública caracterizada pela centralidade ocupada pela exposição de imagens de grupos e indivíduos.

Bibliografia

- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BECK, Ulrich. Viver a própria vida num mundo em fuga *In*: Hutton, Will & Giddens, Anthony (Orgs.) *No limite da racionalidade*. RJ: Record, 2004.
- BELL, Daniel. *O advento da sociedade pós-industrial*. São Paulo: Cultrix, 1973.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.
- _____. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- CANCLINI, Nestor. *Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização*. 4ª ed. Rio de Janeiro, Editora UFRJ. 1999.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas Híbridas*. São Paulo, Edusp. 1997.
- CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol. I, A Sociedade em Rede. São Paulo, Paz e Terra. 1999
- DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens: Para uma Antropologia do Consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ. 2004.

- FAGGIANI, Katia. *O poder do design. Da ostentação à emoção*. Brasília: Thesaurus. 2006.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e Pós-modernismo*. SP. Studio Nobel. SESC. 1995.
- GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Unesp. 1991
- _____. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 2002.
- HABERMAS, Jürgen. *O Discurso Filosófico da Modernidade*. SP: Martins Fontes, 2000.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP e A Editora. 2001.
- IANNI, Otávio. *A era do globalismo*. 5ª ed., Rio de Janeiro, Civilização Brasileira. 2001.
- MARINHO, Thais Alves. *Identidade e Territorialidade entre os Kalunga do Vão do Moleque*. Goiânia. Dissertação (*Mestrado em Sociologia*) – Faculdade de Ciências Humanas e Filosofia. Universidade Federal de Goiás. 2008.
- RICCI, Rudá. Lulismo: três discursos e um estilo. *Revista Espaço Acadêmico*. Nº45 Fevereiro, 2005. ISSN 15196186. www.espacoacademico.com.br/ Acessado em 20 de abril de 2005
- SCHEINKMAN, José Alexandre (Org). *Agenda Perdida*. Divulgada em 17 de setembro de 2002. retirado de www.ifb.com.br/documentos
- SOVIK, Liv. *Cultura & Identidade: teorias do passado e perguntas para o futuro* **In:** NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org). *Teorias & Políticas da Cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: Edufba. 2007.
- TAYLOR, Charles. *Multiculturalismo. Examinando a Política de Reconhecimento*. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.
- WIEVIORKA, Michel. *Diferencias culturales, racismo y democracia*. En: Daniel Mato (Org.) *Políticas de identidade y diferencias sociales em tiempos de globalización*. Caracas: FACES – UCV, pp. 17-32, 2003.