

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Jacqueline Teixeira Mauler Megiolaro

MERCADO RELIGIOSO E A LÓGICA DO CAPITALISMO

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso). Orientador Professor Dr. Emerson José Sena da Silveira

Juiz de Fora

2017

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, **JACQUELINE TEIXEIRA MAULER MEGIOLARO**, acadêmica do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculada sob o número 201272080A, declaro que sou autora do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado MERCADO RELIGIOSO E A LÓGICA DO CAPITALISMO, desenvolvido durante o período de 10/08/2017 a 26/10/2017 sob a orientação de professor Dr. Emerson José Sena da Silveira, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e/ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, 08 de novembro de 2017.

JACQUELINE TEIXEIRA MAULER MEGIOLARO

MERCADO RELIGIOSO E A LÓGICA DO CAPITALISMO

RELIGIOUS MARKET AND THE CAPITALISM LOGICS

Jacqueline Teixeira Mauler Megiolaro ¹

RESUMO

A proposta é sugerir uma reflexão sobre uma nova dinâmica secularizada, incorporada por entidades religiosas que, presumidamente, atuam sob a lógica do capitalismo. Através de reformulações, criações e adequações ritualísticas e cultuais, entidades e movimentos religiosos se adaptaram de forma intensa e eficiente à demanda das questões individuais. Não se trata, neste artigo, de promover um juízo de valor, mas uma reflexão sobre as atividades religiosas que, em nível de competitividade, sugerem fortemente uma transição dos modelos tradicionais de religião para organizações de ordem e lógica mercadológica que se desenvolveram sobre uma eficácia simbólica, em seus discursos e práticas, levando os féis à condição de consumidores e as organizações se moldando de acordo com o perfil de cada categoria constituinte. Uma modalidade que levou a religião a sofrer alterações e ser transformada em produto de consumo e aos enriquecimentos pessoais, além de ser aderida nos espaços criados para que o material obtenha mais importância e valor do que o espiritual.

PALAVRA-CHAVE: Religião - Mercado Religioso – capitalismo – lógica do lucro

ABSTRACT

The proposal is suggest a reflection and analysis on a new secularized dynamics, incorporated by religious entities that presumably act under the logic of capitalism. Through reformulations, ritualistic and cultic creations and adaptations, religious entities and actions have adapted intensely and efficiently to demands of individual post-modern human being. In this article, it is not about promoting a judgment, but a reflection on the religious activities that, in terms of competitiveness, strongly suggest a transition from traditional models of religion to organizations. Organizations under order and market logic that have been developed on demand, in their speeches and practices, taking the faithful to the condition of costumers and the organizations shaping themselves according to the profile of each category of costumers. A modality that led to religion to suffer changes and be transformed into product of consumption and personal earnings, Besides being adhered in the spaces between, the material obtained more importance and value than the spiritual.

KEYWORDS: Religion – Religious Market – capitalism – logic of profit

¹ Graduada em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – Email: jack.mauler@hotmail.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientador Prof. Dr. Emerson José Sena da Silveira

I – INTRODUÇÃO

A pretensão desse artigo não é colocar em dúvida a eficiência ou integridade das crenças religiosas ou de seus fundadores e ministérios. Nem está nos desenvolvimentos históricos das crenças e instituições religiosas ou sobre os pilares históricos da religião, mesmo considerando essa, de acordo com a tese defendida por Peter Berger (1985), em *O dossel sagrado*, um “instrumento amplo e efetivo de legitimação na história que fundamenta a ordem social”, mas a partir do momento em que os discursos e as práticas religiosas optaram pela transição de um “reencantamento” do mundo, se reestruturando em termos de mercado aos estilos de acordo com a demanda social, quando entidades religiosas se tornaram organizações submetidas aos níveis de competitividade, subordinadas à lógica da economia de mercado, de acordo com as regras capitalistas. Parte dos levantamentos dos estudos do sociólogo Peter Berger (1985) foram abordados para uma compreensão do processo de desenvolvimento e transição da religião, fazendo uma conexão com a fase do capitalismo, neste caso, o capitalismo produtivo, ou seja, de consumo, e sua lógica de mercado, já que os estudos de Berger (1985) refletem sobre o fenômeno “secularização” e “pluralismo” religioso, sobrevividos da modernidade e, os quais, acarretaram novas funções em direção à demanda de adeptos por entidades religiosas, estendendo-se sobre a metodologia de Milton Santos (2000), em *Por uma outra globalização*, devido sua tese sobre a lógica da economia de mercado e a perversidade do mundo globalizado gerado pelo sistema capitalista, além de complementar com Ricardo Mariano (2005), em *Neopentecostais – sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*, o qual descreve a situação atual de determinado segmento religioso configurando-se como um mercado, através de seus discursos e práticas, aderido à lógica do capitalismo.

II – APRESENTAÇÃO

No livro, *O dossel sagrado* (1985), Peter Berger projetou formular proposições sobre a religião e a construção do mundo por intermédio da atividade do homem, dando ênfase às abordagens sociológicas referentes ao ser humano e à sua formação como indivíduo, e por meio da sua produção da cultura em sociedade. Berger (1985) abrange o período da modernidade quando religiões e símbolos religiosos perdem espaço em consequência do pluralismo e do processo da secularização. O conceito de pluralismo está associado à convivência com o que é diferente, seja ele no pensamento ou posição, desenvolvendo a alteridade, tolerância e aceitação do outro que é diverso ou distinto ideologicamente, abrangendo várias esferas: social, política, ideológica, cultural ou religiosa. Em outros termos, pluralismo não coincide com hegemonia. Quanto à secularização, trata-se de um processo que - mesmo tendo ocorrido no judaísmo antigo, quando esta religião abriu caminho para uma prática mais racional de seu sistema religioso - de acordo com Berger (1985), foi com a modernidade que esse processo tomaria impulso, a partir do século XVIII, fazendo com que a sociedade e a cultura fossem desconexas do poder das instituições e dos símbolos religiosos. Contudo, Berger (1985) enfatiza que pensamentos, práticas e instituições religiosas perderam significação social com o processo da secularização - uma consequência disso, por exemplo, no Brasil e parte da Europa, foi a perda do monopólio religioso da Igreja católica, processo que acarretou à liberdade religiosa na modernidade. Os estudos de Berger (1985) dá ênfase ao fenômeno da secularização o qual está relacionado com o avanço da modernidade. As esferas culturais “modernas” passaram a se basear em valores seculares e não mais religiosos. De acordo com Mircea Eliade (2001), surge uma nova atitude

moderna caracterizada pela dessacralização, a qual contrasta com a espiritualidade e a “magia” da religião”, o que, para Eliade (2001), seria uma criação do mundo ocidental moderno.

Berger (1985) apresenta, também, suas teses sobre o processo de legitimação – “legitimidade” - e da “plausibilidade”, defendendo que, as várias estruturas sociais, especialmente a religião, estariam em conflito quanto à sua plausibilidade, já que o processo da modernidade trouxe uma realidade que, não mais, confirmaria as explicações, até então, dadas pela religião – o autor dá uma atenção especial à esfera da religião como componente cultural do homem. Berger (1985) desenvolveu o conceito de plausibilidade que ajuda a compreender como se caracteriza o processo de legitimação de um sistema religioso. A legitimação confirma os mundos humanos mas não garante a sua conservação. Ela responde a existência das instituições e, só teria valia se houvesse uma aceitação social, ou seja, um arcabouço de plausibilidade. Para o autor, a religião tem sua base legitimadora, ocupa um lugar de destaque na construção dos mundos fazendo parte desse mundo, que foi construído pelo homem. A religião seria construída de um “dossel sagrado” explicando os fenômenos e entrando em cena como o meio necessário para a manutenção do mundo humano. No desenvolvimento da teoria da plausibilidade, a relação entre indivíduo e religião se manifesta na ordem moral da sociedade. A plausibilidade exige a manutenção de sua estrutura.

II – 1 – 1ª. FASE DE ARGUMENTAÇÃO TEÓRICA DE BERGER

A legitimação religiosa relaciona a realidade do homem com o cosmos, assim, na visão de Berger (1985) as atividades humanas ganham um *status* cósmico aparentando solidez e durabilidade de suas construções. Esse *status* cósmico é objetivado e ganha legitimidade, as quais são aceitas pela sociedade como óbvias. Na mente do indivíduo passam situações diferentes e duvidosas cotidianamente, e a religião surge para manter a harmonia da vida tornando-a mais segura e reconhecida pelo universo. Assim o indivíduo continua sua vida, mantendo uma base social em um mundo que é real na sociedade, com a certeza que suas perguntas serão respondidas e terão significados reais e sentidos para sua vida. A base para a aceitação social objetivada está na legitimação e os discursos legitimadores ajudam a sustentar os mundos humanos.

“(…) por legitimação se entende o “saber” socialmente objetivado que serve para explicar e justificar a ordem social. Em outras palavras, as legitimações são as respostas a quaisquer perguntas sobre o “porquê” dos dispositivos institucionais.”
(BERGER, 1985, p. 42, grifos do autor)

Peter Berger (1985) procurou desenvolver uma discussão sobre a secularização moderna, buscando mostrar a “paga” da “perspectiva teórica em termos de compreensão das situações socioculturais específicas”. (BERGER, 1985:p.10). Na definição de Berger (1985), a modernidade acarretou a secularização, que se dá como um processo em que a sociedade e a cultura deixam de ser dominados pela religião e seus símbolos, levando às explicações fundamentadas na realidade através do pluralismo que, colocou a religião em uma posição à escolha do indivíduo. Mediante essa situação, entidades religiosas se encontraram em uma nova função, a de obedecerem as leis de expansão e, para isso, “lançando mão” da mesma lógica do mercado de um mundo capitalista. O universo religioso passa a ser visto como um mercado de bens simbólicos, gerando um quadro em que, determinadas entidades religiosas, a partir de então, precisaram usar da lógica da economia de mercado para conseguir uma quantidade maior na adesão de fiéis. Essa situação abriu as portas da competitividade pela demanda dos fiéis religiosos, no mundo contemporâneo que é dominado pelo sistema capitalista. No passado, as instituições religiosas orientavam posições de fé e comportamento junto às sociedades. No processo da modernidade, através do pluralismo religioso, para que mantivessem sua expansão e abrangência, religiões se transformaram e buscaram

formas atraentes e mais tendenciosas através de uma dinâmica de transformação nos próprios modelos de religião.

“(…) a tradição religiosa, que antigamente podia ser imposta pela autoridade, agora tem que ser *colocada no mercado*. Ela tem que ser “vendida” para uma clientela que não está mais obrigada a “comprar”. A situação pluralista é, acima de tudo, uma *situação de mercado*. Nela, as instituições religiosas tomam-se agências de mercado (…)” (BERGER, 1985:p.149)

II – 2 – 2ª. FASE DE ARGUMENTAÇÃO TEÓRICA DE BERGER

Na primeira fase de reflexão de Peter Berger, a secularização exprime “o processo pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religiosos” (BERGER, 1985:119). Posteriormente, reanalisando sua tese sobre a secularização, Berger constatou que,

“Ficou cada vez mais evidente que os dados empíricos contradizem a teoria (...) o nosso mundo não é nada secular; ele é tão religioso como outrora, e em alguns lugares mais ainda” (BERGER, 2017: p.11; 2001: p.24-27).

Em uma reavaliação, no ano de 1999, Peter Berger questiona sua tese sobre a secularização, concluindo que “viver em um mundo secularizado seria uma falsa suposição” (BERGER, 2001:p.10) e lança o livro *A dessecularização do mundo*, (2001) afirmando, em sua nova tese, que a secularização não impediu que os indivíduos vivessem a religião mais intensamente. Conceituou o termo “dessecularização” como um processo ligado a movimentos de “contrasecularização”, dando ênfase à ideia de que “não poderia prever como seria no século XXI, se o mundo seria menos ou mais religioso” (BERGER, 2001). A partir dessa hipótese, Berger “propõe um novo paradigma para reflexão, que tem no pluralismo sua âncora essencial” (TEIXEIRA, 2017).

A ideia é simples: a modernização leva necessariamente a um declínio da religião, tanto na sociedade como na mentalidade das pessoas. E é justamente essa ideia central que se mostrou estar errada. Com certeza, a modernização teve alguns efeitos secularizantes, (...). Mas ela também provocou o surgimento de poderosos movimentos de contrasecularização. (BERGER, 2001:p.10)

Em um artigo de Ricardo Mariano (2011, p.240), o autor menciona Steven Bruce (2002), que sustenta a ideia de que existe uma ligação entre modernização e secularização, e menciona Peter Berger (1985), o qual defende a tese de que “o pluralismo religioso debilita a religião. E o faz por multiplicar as estruturas de plausibilidade concorrentes, relativizar o conteúdo dos diferentes discursos religiosos, privatizá-los, subjetivá-los e torná-los, assim, alvos de ceticismos, descrença e indiferença” (MARIANO, 2001, p.241). Mariano (2011) desenvolve uma crítica à reorientação teórica de Berger (2001) relativa à Teoria da Secularização, desenvolvendo uma reavaliação da conexão que estudiosos praticavam sobre os processos históricos de secularização e modernização e, que tornou-se “alvo de debates e objeções” (MARIANO, 2011:p.241). Mariano (2001: p.242) abrange estudos sobre o crescimento do secularismo, o qual havia se tornado uma via de “mão única” conjugada com a expansão da ciência, do liberalismo, positivismo e outros movimentos afins, que valorizaram o livre pensamento.

II – 3 – PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO MUNDO

No livro *O dosseil sagrado*, o autor Peter Berger (1985) busca entender a construção do mundo através do homem que, de forma natural, esse mundo construído é a cultura, com a intenção de fornecer à

sua vida as estruturas que lhe faltaram biologicamente. Para Berger (1985) entender o processo de como a sociedade se constrói é fundamental para se compreender o papel desempenhado pela religião, no mundo construído e, principalmente, qual a sua funcionalidade.

Sob uma visão sociológica, Berger (1985) afirma a cultura sendo produzida e reconhecida, como realidade, coletivamente. Estas mesmas condições também se aplicam à sociedade que, por ser um produto da atividade humana, condicionam tanto individual quanto coletivamente, em forma de uma experiência que é objetiva. O homem produz a sociedade que, por sua vez, antecede à existência humana e procederá mesmo após a morte do indivíduo. Este último, não pode existir independente da sociedade e, esta, como produto humano, é um fenômeno dialético que retrocede sobre seu criador. O processo dialético fundamental da sociedade, defendido por Berger (1985), consiste em três momentos: a *exteriorização*, quando o ser humano atribui sentido às coisas; a *objetivação*, quando o sentido criado é visto pelo homem como autônomo, pois se torna real e conseqüentemente coercitiva a ele; e a *interiorização* que é o momento em que o ser humano assimila os valores, que são interiorizados, em um processo de “reapropriação” dessa mesma realidade, por parte dos homens, transformando-as novamente de estruturas objetivas em subjetivas. Ou seja, através de sua atividade no mundo, o indivíduo cria objetos materiais e não-materiais, os quais se tornam reais e independentes de seus produtor e, conseqüentemente, serão apreendidos, posteriormente, pelo próprio produtor, numa “reapropriação”. A objetividade da sociedade se estende às produções humanas, ou seja, às instituições, aos papéis e identidades, os quais são objetivamente reais do mundo social. É através da exteriorização que a sociedade é um produto humano, ela é parte da cultura não-material. A sociedade estrutura a relação dos indivíduos em coletividade, proporcionando a eles um conjunto de papéis e uma identidade definida. Uma vez criada, adquire um poder coercitivo que se impõe objetivamente ao indivíduo. Ela administra, dirige, controla e pune a conduta do indivíduo, quer dizer, o indivíduo é coagido pela sua própria criação. Essa “coercitividade” está no poder da sociedade de se impor como realidade. A participação humana se dá em processo social e, essa atividade humana de construir um mundo, é fatalmente um empreendimento coletivo que, daí, inventam línguas, firmam valores, criam instituições, e assim por diante.

“O homem não possui uma relação preestabelecida com o mundo. (...) o homem está constantemente no processo de “pôr-se em dia consigo mesmo”. É nesse processo que o homem produz o mundo. Só num mundo assim, que ele mesmo produziu, pode o homem estabelecer-se e realizar a sua vida.” (BERGER, 1985; p.18)

No processo de formação da sociedade “o indivíduo é socializado para ser uma determinada pessoa e habitar um determinado mundo” (BERGER, 1985:p.29) e “a socialização nunca pode ser completada, deve ser um processo contínuo através de toda a existência do indivíduo” (BERGER, 1985:p.29), e assim o mundo é construído e mantido conscientemente pela conversação. Se ocorrer uma ruptura, o mundo começa a oscilar e perde sua plausibilidade. “A manutenção desse é um dos mais importantes imperativos da ordem social” (BERGER, 1985:p.30).

III – PROCESSO DE TRANSIÇÃO

O período da modernidade foi antecedido pelo segmento da industrialização no ocidente a partir do século XVII. A migração referente as áreas rurais com destino aos centros urbanos promoveu um processo tanto de inchamento das cidades, devido às grandes buscas pelas oportunidades de empregos nas indústrias, quanto às novas relações que surgiram nesses espaços urbanos, como as sociais, culturais, de

trabalho e produção que foram geradas pela nova concepção e forma de vida, a qual não só transformou a vida material como também a mentalidade dos indivíduos, seja pessoal ou coletivamente.

Com o crescimento das indústrias, ocorre a expansão e o aumento da produção o que, conseqüentemente, faz com que o ser humano enxergue novas possibilidades de enriquecimento, especialmente pela possibilidade do aumento do consumo. Mediante o exposto, presume-se que o fenômeno do consumo da modernidade tenha sido originado a partir dessas transformações sociais, ocorridas pós Revolução Industrial. No século XIX, já através de uma nova concepção de mundo, as sociedades reformularam suas formas de vida, em todos os aspectos, inclusive suas relações voltadas ao ato de consumir, que influenciou tanto a vida das classes altas quanto baixas das populações urbanas. O processo da modernidade encontrou o seu clímax no século XIX, principalmente devido às novas formas de organização social, produtiva, política e econômica. As transformações foram abrangentes. O capitalismo de produção se desenvolveu sobre às necessidades utilitárias nas classes sociais transformando os estilos de vida dos indivíduos. Movimentos racionais surgiram sob as descobertas científicas que apresentavam suas metodologias de explicação da natureza aguçando a racionalidade humana. A esfera da religião, assim como todos os outros componentes de uma cultura, igualmente sofreu grandes transformações em todos os aspectos, sejam individuais, sociais, institucionais ou políticos. A modernidade abriu as portas para a secularização como um processo social que acarretou o enfraquecimento da religião no ocidente, o que motivou um impulso, na religião, gerando o pluralismo religioso trazendo uma postura e uma nova forma religiosa mais próxima da modernidade. Através da secularização, as sociedades ocidentais entraram em processo de 'dessacralização' que perdeu, gradualmente, suas referências religiosas sob um processo de diluição dos valores e símbolos religiosos. Na concepção de Berger (1985), antes, as instituições religiosas mantinham sua plausibilidade no mundo social relacionado com o cósmico, propondo e levando a sociedade às exigências de fé e comportamento, hoje, se transformaram na esperança de serem atrativas, o que levou seus discursos e práticas a sofrerem transformações para tornar o produto religioso mais eficiente. Mircea Eliade, em *O sagrado e o profano* (1959), analisa a "dessacralização caracterizando a experiência do homem não religioso das sociedades modernas" tornando, esse indivíduo moderno, o responsável pela dessacralização do seu mundo e assumindo, cada vez mais, uma experiência profana e, com isso, o rito frente à (pós)modernidade vem sendo marcado pela relativização e independente de suas origens. O indivíduo moderno "dessacralizado" transferiu sua condição de *homo religiosus* para um modo de ser descompromissado levando os mitos a se ajustarem aos seus ritos modernos. A dessacralização é um objeto de estudo mais recente e mostra que os ritos são marcados pela fragmentação e aderidos, cada vez mais, ao mundo profano.

IV – A LÓGICA DO MERCADO

Dando segmento ao processo da modernidade, o capitalismo se expandiu e, decorrentemente, trouxe conseqüências à vida em sociedade como na política, economia, arte e, como em todas as esferas sociais, à religião. Refletindo sobre o autor Milton Santos, em *Por uma outra globalização* (2000), o autor enfatiza a globalização como um processo do mundo capitalista, sobrevivendo da modernidade, que é a internacionalização desse mundo que tornou-se unificado e se impondo de uma forma perversa. De acordo com Santos (2000), o poder do dinheiro e da informação, que estão relacionados, fornecem base para o sistema ideológico, impondo um novo *ethos* às relações sociais e interpessoais influenciando o caráter das pessoas, o que gera retrocessos em relação às funções sociais e, cada vez menos, com atribuições o que, conseqüentemente, acarreta o aumento da pobreza. Diante desse quadro, as pessoas sentem-se desamparadas. Tanto a modernização quanto às práticas econômicas de um mundo contemporâneo

capitalista, os quais estariam relacionados, fez com que a sociedade permanecesse manipulada pelas regras do mercado de consumo. Mediante o quadro, o indivíduo deparou-se com uma situação de fragilidade espiritual e, diante à falta de amparo, cria-se uma relação com a questão defendida por Berger (2001:p.18), quanto aos sentimentos religiosos que sempre existiram no ser humano, e o que é “preciso explicar é sua ausência mais que sua existência”. Nessa segunda reflexão, Berger (2001) dá relevância aos fenômenos e defende que servem para demonstrar a continuidade do lugar da religião na experiência humana. O ser humano nunca havia deixado de ser religioso, *quicá* uma experiência religiosa que estivesse ausente ou adormecida por uma ilusão contemporânea.

Dentro da lógica do lucro, a questão da sobrevivência e, principalmente a manutenção e expansão das empresas no mundo capitalista, analisadas por Santos (2000), passou a ser quesito fundamental nas organizações religiosas que, para se adaptarem a um mundo secularizado, capacitaram-se moldando seus discursos e práticas às características do alcance de um público almejado, mais articuladas e exclusivistas, bem característico ao perfil das “forças hegemônicas” (SANTOS, 2000) presentes na competitividade do mercado capital. Mediante o processo de desenvolvimento da forma de vida do ser humano em sociedade, organizações religiosas “modernas” e “secularizadas” foram se adequando às necessidades, desamparo e fragilidades dos indivíduos, pois estas sensações são reais e frequentes e, também se acomodando ao perfil social dos fiéis, capacitando seus discursos e práticas rituais de acordo com a demanda. Em relação aos rituais, estes são uma espécie de organização aos aspectos da vida social, legitimando as posições das pessoas e suas visões do mundo. Geralmente são entendidos como algo diretamente ligado à religião, tendo suas variadas formas de existir diante às diversidades socioculturais, mas com um ponto em comum no que diz respeito à sua execução que é a repetição, o que traz a sensação de familiaridade e segurança aos indivíduos.

IV – 1 - O MERCADO RELIGIOSO NO BRASIL

A partir da segunda metade do século XX, com mais intensidade no Brasil, ganha força a “luta” do mercado religioso, o qual perdura até os dias atuais, levando organizações religiosas na conquista pelas “fatias do mercado”. Segundo um artigo de Ricardo Mariano (2004), no Brasil, as igrejas neopentecostais tem se revelado as mais inclinadas a se acomodarem à sociedade com seus valores e interesses através de seus serviços especializados de “magia” religiosa, centrados em promessas de prosperidade material, cura física e emocional. Houve uma evolução desse movimento religioso no Brasil com a oferta sob medida para indivíduos secularizados e preocupados em um atendimento para todas as exigências de um mundo competitivo em possuir bens materiais através do ato de consumir. A estratégia é empregada com a finalidade de atrair indivíduos geralmente carentes emocionalmente e, em especial, materialmente. As “atrativas” operações de evangelização se dão tanto pessoal quanto por meios de comunicação de massa, em especial, os meios eletrônicos. Mariano (2005) desenvolve um ensaio sobre o novo pentecostalismo no Brasil - o neopentecostalismo - que teve início na segunda metade dos anos de 1970, apresentando crescimento e se fortalecendo no decorrer das décadas seguintes. Pregam a Teologia da Prosperidade, difundindo a crença de que o fiel deve ser próspero e feliz, rejeitando usos e costumes de santidades tradicionais. Em seu artigo, Mariano (2004) discorre sobre a expansão neopentecostal no Brasil, analisando que é o seguimento religioso que apresentou maior crescimento no números de adeptos nas últimas décadas e a que ocupa maior espaço na mídia brasileira. Por ser uma vertente do pentecostalismo, é a mais liberal por ter abolido características sectárias do pentecostalismo, sendo este mais conservador e ascético, inclusive rompendo com o estereótipo de crentes estigmatizados pela

vestimenta, pois seus fiéis foram liberados para vestir roupas da moda, frequentar locais públicos de “prazeres” mundanos e ouvir diferentes ritmos musicais, todavia permanece a restrição ao uso de álcool, drogas, sexo extraconjugal e homossexualismo (MARIANO, 2004). O avanço do neopenteostalismo é bastante expressivo também nos campos midiático, político partidário, editorial e em produtos religiosos (MARIANO, 2004). Esse modelo de expansão religiosa, inclusive abarcando os meios técnicos adotados pela globalização (SANTOS,2000) demonstram os formatos pelos quais, foram utilizados para que a religião fosse *colocada no mercado* (BERGER, 1985, p.149), o que caracteriza as formas capitalistas de *agências de mercado* (BERGER,1985, p.149), configurando, assim, como uma organização religiosa que seguem as mesmas regras. As igrejas se tornam empresas à medida em que são tomadas pela lógica do mercado. Mariano (2005) expõe que, no neopentecostalismo, os pastores não possuem uma formação teológica adequada - mas demonstram grande capacidade de atrair públicos. Em sua abordagem sobre o neopentecostalismo, Mariano (2005) menciona que,

“a igreja (...) que oferecia um curso básico em teologia (...) desistiu (...) quando percebeu que isso (...) tenderia a diminuir seu fervor e distanciá-los das demandas imediata dos fiéis” (MARIANO, 2005; p.63),

Em outras palavras, a preocupação deveria estar centralizado em conter o poder carismático dos “pastores” em direção aos fiéis.

IV- 2 – UM MERCADO ABRANGENTE

O capitalismo religioso movimentou o mercado, além da comercialização da fé estimula, também, o consumo de produtos religiosos, como feiras de negócios religiosos, turismo, shows, livros, discos, imagens e vários acessórios. Há um incentivo e estímulo muito grande, atualmente, para o consumo dessas mercadorias, o que movimentou a economia e gera lucro para as organizações religiosas. O crescimento desse mercado religioso afirma-se como um negócio eficiente. A indução dos fiéis ao consumo é uma forma lucrativa. De acordo com a FECOMERCIO/SP², a movimentação desse mercado religioso é confirmada pelos valores que são gastos impulsionado pelo trânsito dos fiéis anualmente no país. Dessa forma, a religião “secularizada” opera sobre a lógica mercadológica, com seus produtos religiosos, materiais ou não-materiais, prontos para serem consumidos da melhor maneira possível para a satisfação da demanda religiosa dos indivíduos. Ainda de acordo com a federação, além dos gastos fabulosos constatados, são abertas no país, uma média de doze “igrejas”, diariamente. Uma estatística que pressupõe ser um negócio altamente lucrativo.

IV – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conjugando as teorias de Peter Berger (1985; 2001) e as abordagens de Milton Santos (2000) sobre a lógica do capitalismo, que é voltado ao lucro, levou ao entendimento que a modernidade desenvolveu uma forma social específica de ser no indivíduo, transformando-o em um exemplar moderno ao gosto do sistema capitalista, em outras palavras, um consumidor. Um indivíduo “secular” que se deparou em um processo intermediário até se tornar “dessecularizado”. Este processo intermediário gerou as sensações de fragilidade

² Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMERCIO/SP). 23/07/2015 – Disponível em: <www.fecomercio.com.br/noticia/mercado-religioso-cresce-e-se-mostra-bilionario>. Acesso em: 26 out. 2017.

e desamparo, causadas pela perversidade do capitalismo e, por isso, na revisão de Berger (2001), a sociedade se tornou mais religiosa que antes, pois a modernidade secularizou para que a pós-modernidade “dessecularizasse”. Não há dúvidas que doutrinas e práticas religiosas orientam o modo de vida dos indivíduos e da coletividade. Cismas religiosos surgiram, em toda história, propondo novas visões de mundo, mas também rompendo essas visões de mundo. Através do processo da modernidade, os princípios éticos da religião ocidental se viram obrigados a manter relação com a nova forma de vida social, desenvolvida pós-industrialização, voltada para o materialismo já que a mentalidade social fora abarcada, também, pelos hábitos seculares, tanto em relação às descobertas científicas quanto a obtenção de bens materiais focados em uma ascensão social que, também apresenta níveis de competitividade. Até este ponto, a consideração mostra-se relevante, pois há uma mudança de vida quando o pensamento se transforma. Entretanto, as transformações no âmbito religioso sugerem uma ultrapassagem das fronteiras da transição de mentalidade. As propostas “mágicas” religiosas transitaram de questões voltadas para a coletividade, de uma proposta visando mais o comprometimento da fé, através do comportamento e da busca pela “salvação da alma”, para se concentrar no indivíduo, no que é pessoal enquanto a ansiedade por soluções financeiras, individuais, estão presentes nas práticas religiosas como uma transação que se confunde com a espiritualidade. Os novos métodos para a aquisição da “graça” divina foram transformados em um desafio ao sagrado. Deus foi colocado “à prova”, passando a ser “encarado” de acordo com as ofertas, doações e “sacrifícios” em que os fiéis são induzidos a praticarem em favor de entidades religiosas, de acordo com o tamanho da sua fé. Movimentos religiosos criam e recriam símbolos sagrados constantemente na intenção de aumentar a sua expansão. Produtos novos atraem os indivíduos pós-modernos. Devido ocorrer no Brasil um aumento da competição, ou melhor, da competitividade entre organizações religiosas, o que é um fato característico no país, mencionado por Mariano (2004), as transformações organizacionais religiosas são produzidas - e reproduzidas - constantemente, levando várias igrejas a operarem no mercado com a produção de discursos e práticas, numa remodelação sempre atualizada. O capitalismo religioso transformou o sagrado em comerciante, a divindade em mercadoria e a religiosidade individualizada, pois assim, ratifica a valorização do material sobre o espiritual. O capitalismo moderno cresceu sobre uma cultura de consumo que, por sua vez, cresceu junto com a urbanização. De acordo com Santos (2000), necessidades são (re)criadas a todo momento para estimular o consumo, e este tornou-se uma engrenagem fundamental para a sobrevivência do capitalismo e, conseqüentemente, à manutenção da religião, agora, em alguns casos, relativizada pela pós-modernidade e se tornando uma *agência de mercado* (BERGER, 1985).

Na visão sociológica - que se estende também à psicológica - de Berger (1985), quanto à secularização, a religião ficou limitada à observação, não levando em conta o estudo profundo sobre a religião e, mais precisamente, ao fenômeno da religião, entretanto o autor enfatizou, com mais propriedade, a questão do fenômeno em sua reavaliação teórica. Em sua primeira argumentação, Berger (1985) atribui à religião o desempenho de um papel social que contribui para a construção do mundo, já que justifica a manutenção desse mundo e, a religião, sendo conservadora na visão de Berger, apresenta esta função de manter o mundo. Para Berger, habitar em um mundo organizado e que é compartilhado, é dar sentido à vida e, isso, além de ser mais confortável para o ser humano, traz a sensação de amparo, neste caso, o ser humano é amparado pela religião. A religião possui o elemento de legitimação e atribui causas transcendentais à aquilo que é humano. Berger atribui ao pluralismo, acima de tudo, o surgimento da situação de mercado em que entidades religiosas, à medida que enfraqueceram com a modernidade, perdendo espaço para novas visões de mundo, também criaram novos espaços religiosos na intenção de resgatar e, daí, em algumas situações, quando entidades religiosas se especializaram em determinados produtos, se transformando em organizações, apresentando características de um mercado que se configura como empresas. Assim, mesmo que a teoria de Berger sobre a secularização tenha sido questionada e reavaliada por ele em função de um processo “contrasecular”, o qual ele definiu como “dessecularização”, a situação de mercado foi desenvolvida devido à situação pluralista que se configurou na modernidade. O mercado

religioso é ratificado nas atuações de promessa de resultados frente à prestação de serviços, à título de “ofertas”, relacionada a um público “consumidor”, tendo em vista sua vulnerabilidade diante às dificuldades da vida, o qual visa obter resultados que sejam práticos e eficientes, principalmente quando o “fornecedor” trata-se de uma fonte “sagrada”.

V – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Peter – **O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião**. São Paulo: Ed PAULINAS. p. 07-194, 1985.

BERGER, Peter – **A dessecularização do mundo: uma visão global** - Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, 2001: 9-24, 2000

ELIADE, Mircea – **O sagrado e profano: A essência das religiões** – São Paulo: Martins Fontes, 2001

MARIANO, Ricardo – **Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal**. - Estud. av. vol.18. n. 52 - São Paulo. Sept./Dec. 2004. Print version ISSN 0103-4014 On Line version ISSN 1806-9592.

_____. – **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil** – 2. ed. São Paulo: LOYOLA, 2005

_____. – **Laicidade à brasileira: católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública**. Civitas, Porto Alegre, v. 11, n.2, p. 238-258, maio-ago.2011

SANTOS, Milton – **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 2. ed. Rio de Janeiro: RECORD, 2000.