

TEOLOGIA DA PROSPERIDADE, CONSUMISMO E LEGITIMAÇÃO DO CAPITAL: UM ESTUDO DO *ETHOS* RELIGIOSO NEOPEN-TECOSTAL NO BRASIL

FÁBIO ALEXANDRE DA SILVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
PELOTAS, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL
FABIOXANDY@HOTMAIL.COM

GRAZIELE RODRIGUES DE OLIVEIRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
PORTO ALEGRE, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL
GRAZIELECOMZ@GMAIL.COM

TEOLOGIA DA PROSPERIDADE, CONSUMISMO E LEGITIMAÇÃO DO CAPITAL: UM ESTUDO DO ETHOS RELIGIOSO NEOPENTECOSTAL NO BRASIL

Resumo: Este artigo apresenta uma discussão sobre as transformações do ethos religioso do movimento neopentecostal no Brasil. Como objeto de estudo, destaca-se o programa televisivo *Show da Fé*, entendido como disseminador da teologia da prosperidade, a qual sustenta valores próprios do capitalismo, como o afastamento do ascetismo, o consumismo e a legitimação do capital.

Palavras-chave: Teologia da Prosperidade; Consumismo; Neopentecostalismo; *Show da Fé*.

TEOLOGÍA DE LA PROSPERIDAD, CONSUMISMO Y LEGITIMACIÓN DEL CAPITAL: UN ESTUDIO DEL ETHOS RELIGIOSO NEOPENTECOSTAL EN BRASIL

Resumen: Este artículo presenta una discusión sobre las transformaciones del ethos religioso del movimiento neopentecostal en Brasil. Como objeto de estudio, destacamos el programa de televisión *Show da Fé*, entendido como un difusor de la teología de la prosperidad, que defiende los valores propios del capitalismo, como el distanciamiento del ascetismo, el consumismo y la legitimación del capital.

Palabras clave: Teología de la Prosperidad; Consumismo; Neo-pentecostalismo; *Show da Fé*.

PROSPERITY THEOLOGY, CONSUMERISM AND THE LEGITIMATION OF CAPITAL: A STUDY OF THE NEOPENTECOSTAL RELIGIOUS ETHOS IN BRAZIL

Abstract: This article presents a discussion about the transformations of the religious ethos of the neopentecostal movement in Brazil. As an object of study, we highlight the television program *Show da Fé*, understood as a disseminator of prosperity theology, which upholds values proper to capitalism, such as the distancing from asceticism, consumerism and the legitimation of capital.

Keywords: Prosperity Theology; Consumerism; Neopentecostalism; *Show da Fé*.

1 INTRODUÇÃO

As representações das mentalidades, permeadas de símbolos e totens,

tornam-se um desafio para o pesquisador que pretende estudar um determinado grupo social, dada sua imaterialidade e subjetividade. Ao adentrar no campo religioso, é possível perceber que a religião, em diferentes períodos históricos, conseguiu alterar as mentalidades e imaginários de um povo para agir de acordo com seus preceitos e anseios, isto é, passou a disseminar uma ideologia¹ própria ou mesmo já existente que pudesse doutrinar os fiéis a agirem de acordo com os anseios da igreja.

É a partir dessas determinações históricas e sociais que Max Weber faz uma análise do rompimento com o ideal de ascetismo religioso advindo da Reforma Protestante, no livro *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, publicado inicialmente em 1904. Para ele, o *ethos*² do capitalismo dialoga com o dos protestantes a partir do momento em que ambos direcionam olhares para o êxito econômico. Weber (2004) explica que há uma ruptura com os valores religiosos tradicionais na medida em que o protestantismo irá conceber o afastamento do conservadorismo ascético, principalmente no que se refere à privação dos bens materiais, pregado historicamente pelos católicos, configurando um novo *ethos* religioso, o da liberdade social e econômica. Ou seja, ocorre a crença de que o mundo, criado e desejado por Deus, também pode ser um lugar de alegria e de prazer, onde é possível gozar da prosperidade material e do bem-estar humano.

Sob essa ótica o autor pondera que a mudança de mentalidade advin-

1 O termo ideologia é discutido por vários teóricos, como Karl Marx, na obra *A ideologia Alemã*, Louis Althusser, em *Os aparelhos ideológicos do Estado*, e também Michel Pêcheux em suas considerações dentro da análise do discurso. Neste artigo tomamos como concepção de ideologia a perspectiva de Max Weber, em que a ideologia assume *status* de visão de mundo. Assim, a ideologia dos sujeitos são as suas próprias crenças e valores construídos no tempo. Ao se contrapor à visão unívoca de ideologia, tratada por Marx, Weber enxerga uma multiplicidade de ideologias que permeiam a vida do sujeito moderno, ou seja, diversas visões de mundo coexistentes na sociedade capitalista. Cf. SILVA (2006).

2 *Ethos*, para Weber, é um conjunto de costumes, princípios e valores morais os quais dão vazão à construção das culturas humanas no tempo-espaço, estando diretamente ligados ao sentido de dever moral. Para o autor, o capitalismo desempenhou um papel determinante na produção de um *ethos* econômico ao longo do desenvolvimento do movimento protestante, sobretudo no que diz respeito à disseminação da valorização do trabalho e ao fomento do espírito consumista. Neste sentido, o protestantismo parte, em sua gênese, de um *ethos* moral, vinculado a um ideal de ascetismo, para assumir, no mundo moderno, um *ethos* capitalista. Note-se que essa apropriação do espírito capitalista pelo movimento protestante não significa o apagamento do *ethos* moral, já que ele se mantém, ainda hoje, como um dos principais meios norteadores no seio religioso e social.

da do movimento protestante fez os fiéis alterarem sua concepção sobre a “mundanidade terrena”. Confrontando os ideais religiosos católicos e protestantes, Weber afirma que:

Do lado protestante, utiliza-se essa concepção para criticar aqueles ideais ascéticos (reais ou supostos) da conduta de vida católica; do lado católico, replica-se com a acusação de ‘materialismo’, o qual seria a consequência da secularização de todos os conteúdos da vida pelo protestantismo. Também um escritor moderno houve por bem formular o contraste que aparece no comportamento das duas confissões religiosas em face da vida econômica nos seguintes termos: ‘O católico [...] é mais sossegado; dotado de menor impulso aquisitivo, prefere um traçado de vida o mais possível seguro, mesmo que com rendimentos menores, a uma vida arriscada e agitada que eventualmente lhe trouxesse honras e riquezas. Diz por gracejo a voz do povo: ‘bem comer ou bem dormir, há que escolher’. No presente caso, o protestante prefere comer bem, enquanto o católico quer dormir sossegado’ (2004, p. 34).

É possível perceber nas palavras do autor que a busca pela “libertação” da ascese católica afirmou esse novo ideal religioso – o protestante – no mundo moderno: o da prosperidade e não privação daquilo que fora deixado por Deus.

É importante sublinhar, contudo, que Max Weber está escrevendo a sua obra no início dos anos 1900, e por esta razão classifica, de modo categórico, católicos e protestantes em dois polos opostos. Na atualidade, porém, há outras nuances históricas e sociais que devem ser levadas em consideração para pensar ambos os movimentos religiosos. Neste caso, convém ressaltar que tanto entre católicos quanto entre protestantes existem algumas vertentes mais ascéticas e outras mais flexíveis do ponto de vista moral. Exemplo disso são as igrejas pentecostais (caso da Assembleia de Deus e da Congregação Cristã), que historicamente são regidas por normas e princípios mais rígidos, sobretudo quanto a vestimentas, bebidas alcoólicas, sexualidade e tecnologias de informação e comunicação (rádio, televisão, computador etc.), contrastando-se, em alguns pontos, com parte das correntes neopentecostais (MARIANO, 1996; ORO; ALVES, 2013), das quais nos ateremos mais à frente. Dentre estas contradições, há entre católicos uma vertente que também dialoga e incorpora, em certa medida, elementos da teologia da prosperidade, a exemplo do movimento da Renovação

Carismática Católica (RCC)³, que traz promessas de prosperidade financeira e difunde ritos alegres, permeados de louvores ao estilo gospel. Esse movimento, porém, não tem ligação estrita com o ideal de catolicismo de privação, difundido no contexto pelo qual viveu Weber e estudado pelo autor.

Sendo assim, ao tomar a religião enquanto instituição social, é concebível a ideia de que as mentalidades humanas são alteradas por vários fatores, dentre os quais é possível incluir o fenômeno religioso, que trabalha com as representações e com o imaginário de um povo, em determinada época, a partir de doutrinações adotadas nos discursos propagados em cultos, rituais de fé etc. Foi a partir desta concepção que se objetivou centrar as análises deste artigo, partindo da ideia de que a religião enquanto instituição social promove, adjacente a seus discursos exegéticos, a disseminação de valores ideológicos, vistos como valores próprios do sistema capitalista e da cultura consumista.

No mesmo interesse, cabe observar também que as relações humanas na sociedade moderna são gestadas a partir de um universo de consumo (BAUMAN, 2008). Nesta perspectiva, Zygmunt Bauman afirma que na sociedade capitalista todas as relações tornam-se relações de mercado. A vida cotidiana, que antes era regulada pela produção, pela *sociedade de produtores*, passa assumir o formato de uma *sociedade de consumidores* (BAUMAN, 2008). Neste contexto ocorre a construção de uma cultura consumista, idealizada e institucionalizada pelo discurso mercadológico e imposta, sobretudo, pelos meios de comunicação.

Ressalta-se que a corrente religiosa investigada aqui é a neopentecostal e a denominação religiosa em estudo é a Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), partindo-se do entendimento que paralelamente à doutrina religiosa disseminada está o incentivo à aquisição de bens materiais como forma de recompensa divina para a vida dos fiéis, propagado por meio da teologia da prosperidade subjacente nos discursos de pregadores e fiéis. Sob este interesse, este texto limitou-se ao estudo de algumas edições/recortes do programa *Show da Fé*⁴, a fim de identificar e refletir sobre elementos que

3 Sobre o surgimento e consolidação da RCC, ver artigo de Oro e Alves (2013), intitulado *Renovação Carismática Católica: movimento de superação da oposição entre catolicismo e pentecostalismo?*. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-85872013000100007>.

4 O Show da Fé é um programa da RIT TV, da Rede TV e da Rede Bandeirantes de Televisão. Na TV Bandeirantes o programa é transmitido de segunda a sábado, a partir das

corroboram a teologia da prosperidade difundida entre fiéis, dando vazão, portanto, ao *ethos* capitalista.

2 A TEOLOGIA DA PROSPERIDADE E A LEGITIMAÇÃO DO *ETHOS* CAPITALISTA

Max Weber, em sua obra *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, tece relação entre as práticas de fé e a onda de consumo crescente no mundo ocidental moderno, a qual intitula de espírito do capitalismo. Nessa obra, Weber (2004) expõe que o movimento protestante considera como graça divina toda e qualquer ação terrena de prosperidade e bem-estar humano, na medida em que essas benesses são vistas como a materialização da “graça” de Deus. Deste modo, as esferas religiosa e econômica passam a se entrecruzar. Vale destacar aqui um elemento fundamental da ótica weberiana: o consumo e sua aceitação por parte dos protestantes.

A partir das mudanças no modo de produzir bens da sociedade industrial, em fins do século XVIII, o consumo torna-se peça fundamental para a análise do comportamento humano no mundo moderno, pois com o advento das transformações no plano material estão também as mudanças na mentalidade do indivíduo. Segundo Weber (2004), com a alteração de mentalidade do homem moderno há uma ruptura com o ascetismo puritano, que determinava o afastamento do indivíduo dos prazeres do mundo e do próprio consumismo. É por meio dessa ruptura com a ética moral católico-cristã, engendrada por Calvino⁵, que se inicia, em certa medida, a busca pela riqueza e pelo bem-estar social no seio da sociedade capitalista. Evidencia-se, portanto, o surgimento da cultura do consumo, consolidada pelo *ethos* capitalista, que passa a dialogar intimamente com a mentalidade do *novo homem protestante*, passando então a sustentar uma cultura materialista ao se afastar do puritanismo religioso e se aproximar do ideal de consumo capitalista.

21h30min.

5 João Calvino (1509-1564) foi um teólogo francês difusor das ideias de Martinho Lutero (1483-1546), que, de certa forma, contribuiu para o afastamento do ascetismo católico e a consolidação do movimento protestante na Europa. Com o advento do protestantismo, surgem novas correntes religiosas, revolucionárias em seu tempo, que contribuíram, em certa medida, para o declínio do sistema feudal e fortaleceram seu substituto: o capitalismo.

Nesse contexto, é possível considerar que a teologia da prosperidade entra em cena paralelamente à expansão do consumo na sociedade capitalista moderna, uma vez que várias novas denominações protestantes vão aparecendo no cenário religioso, dentre elas, as igrejas neopentecostais. Segundo Mariano (2005), para compreendermos o comportamento das igrejas neopentecostais é preciso investigar a ruptura que o movimento teve com a ordem pentecostal, passando-se a primeira a se afastar dos valores ascéticos bastante comuns entre os evangélicos pentecostais.

Percebemos esse afastamento quando investigamos a história do neopentecostalismo, abordada no estudo de Ricardo Mariano (1996). O autor destaca que o protestantismo pentecostal, originário da América do Norte, chegou ao Brasil na primeira década do século XX, estabelecendo a formação de centenas de igrejas evangélicas pelo país, heterogêneas entre si. Segundo Mariano (1996), a história do evangelismo brasileiro pode ser dividida em três estágios, denominados pelo autor de ondas.

A primeira dessas ondas recebe o nome de pentecostalismo clássico. Este estágio compreende o período de 1910 a 1950, abrangendo a chegada das primeiras igrejas pentecostais no Brasil – a *Congregação Cristã* e a *Assembleia de Deus*, entre 1910 e 1911, respectivamente. De acordo com o autor, essas igrejas são caracterizadas pelo anticatolicismo e pela ênfase na invocação de línguas, além de uma postura mais ascética. A segunda onda, denominada *pentecostalismo neoclássico*, data dos anos 1950 e é marcada pela chegada de missionários estadunidenses, que introduziram o evangelismo baseado na cura divina e também pelos cultos em tendas de lona. Das igrejas surgidas com essa corrente destacam-se a *Brasil Para Cristo*, a *Deus É Amor* e a *Casa da Bênção* (MARIANO, 1996).

A terceira onda, designada *neopentecostal*, é das três denominações a que mais cresceu no país. Sua chegada ocorre na década de 1970 e dentre as várias igrejas que foram criadas, as que mais recebem destaque são a *Universal do Reino de Deus*, a *Internacional da Graça de Deus*, a *Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra* e a *Renascer em Cristo* – todas fundadas por pregadores brasileiros. As principais características dessas igrejas são a ênfase na “guerra” contra o Diabo, a participação deliberada na política⁶, o uso dos

6 Sobre a crescente participação dos evangélicos na política brasileira, ver artigo de Prandi e Santos (2017), intitulado *Quem tem medo da bancada evangélica? Posições sobre moralidade e política no eleitorado brasileiro, no Congresso Nacional e na Frente Parlamentar Evangélica*. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ts/v29n2/1809-4554-ts-29-02-0009>.

meios de comunicação em massa e a difusão da chamada *teologia da prosperidade* (MARIANO, 1996).

Como definição do termo teologia da prosperidade, recorreremos também a Mariano (1996), que o conceitua enquanto um conjunto de novas concepções bíblicas e de cristandade. Para o autor, seus difusores enxergam o mundo como um local de felicidade, saúde e prosperidade, contrariando as duas primeiras correntes do pentecostalismo, que apregoam enfaticamente o ascetismo e o desapego aos bens terrenos. Ainda de acordo com Mariano (1996), a teologia da prosperidade conduz as principais mudanças de mentalidade do novo pentecostalismo (neopentecostalismo). A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) – pioneira do neopentecostalismo no Brasil, defende “[...] que os cristãos, enquanto sócios de Deus ou financiadores da obra divina, estão destinados a ser prósperos, saudáveis, felizes e vitoriosos em todos os seus empreendimentos” (MARIANO, 1996, p. 24), estabelecendo assim uma relação paradoxal à doutrina do pentecostalismo clássico. Além do mais, alguns pregadores da teologia da prosperidade afirmam que:

[...] só não é próspero financeiramente, saudável e feliz nessa vida quem carece de fé, não cumpre o que diz a Bíblia a respeito das promessas divinas e está envolvido, direta ou indiretamente, com o Diabo. A posse, a aquisição e a exibição de bens, a saúde em boas condições e a vida sem grandes problemas ou aflições são apresentadas como provas da espiritualidade do fiel (MARIANO, 1996, p. 32).

A partir da visão dos neopentecostais, entende-se que Deus torna-se parte integrante de um possível *contrato* firmado entre ele e os fiéis, fazendo-os assumir a condição de credores de Deus, uma vez que lhe cedem crédito (por meio do dízimo) e depois lhe cobram, como se estivessem no direito de receber as dádivas por ele prometidas (MARIANO, 1996). Esta “nova” concepção de fé, apontada por Ricardo Mariano, pode ser observada no seguinte trecho do programa *Show da Fé* (da IIGD), na pregação/discurso do líder/missionário R.R. Soares:

R.R. Soares: Se ele [Deus] prometeu ele cumpre, eu sei que o Senhor sustentará a causa do oprimido e o direito do necessitado. Meu irmão, o sustentado tem um direito *porque não há condição de Deus ter criado uma pessoa pra viver em necessidade, isso é obra*

do inimigo [Diabo]. Não tem como! Ele criou todos nós iguais. Porque diz na bíblia que *a bênção do Senhor enriquece e não acrescenta dores [...]*. Vamos ver os testemunhos dos patrocinadores?! (SHOW DA FÉ, 2018, 4' 50", grifo nosso).

Nesse sentido, percebe-se uma mudança não apenas no plano mental, mas também no material, que aproxima os fiéis cada vez mais do *ethos* capitalista e da sociedade de consumo, pois o dinheiro passa a ser visto como obra divina, tendo adquirido conotação positiva dentro da corrente neopentecostal, na qual “[...] Pastores, sem cerimônia, passaram a pedi-lo em grandes quantias, enquanto os fiéis, sem culpa, assumiram seus desejos e ambições materiais” (MARIANO, 1996, p. 42). Desta forma, convém destacar outro trecho do programa no qual a fiel faz um testemunho das “graças recebidas” por ter se tornado um membro ativo/contribuinte (denominado patrocinador) da igreja:

Fiel: eu moro em Portugal desde 2001, frequento a igreja Internacional da Graça de Lisboa desde 2006 e em 2008 eu fiquei desempregada, e em 2010 eu comecei a contribuir por alguns meses um valor fixo para a casa de Deus. Não foi nem um ano, eu consegui comprar *meu apartamento [...]*. Além de me tornar patrocinadora eu também fui colocando como patrocinadoras as minhas lojas, porque pra honra e glória do senhor Jesus em dez anos que eu estava desempregada, em 2008 tudo mudou, neste momento nós temos *quatro lojas*, nós temos dez funcionários ao nosso encargo, e o nome do senhor é glorificado sempre. As minhas lojas são patrocinadoras e eu também sou patrocinadora do programa de televisão e graças a Deus tem sempre cumprido seu propósito nas nossas vidas. O ano passado foi melhor do que os anos anteriores, portanto todos os anos, *a nível de negócios*, têm sido melhor do que o ano anterior, portanto tem sido uma bênção. Deus tem cumprido a sua palavra, tem cumprido a sua promessa, portanto é importante sermos patrocinadores, é importante ofertarmos. (SHOW DA FÉ, 2018, 7' 30", grifo nosso).

Esse novo modelo de sociedade, gestada à luz de padrões consumistas, inaugura um elemento novo na História, principalmente quando se tem por ideal a busca por uma “vida feliz” a partir do paradigma do consumo. O discurso de R.R. Soares em seu programa nos auxilia na compreensão do ideal de consumo presente no movimento neopentecostal, uma vez que, em suas palavras: “[...] viver estes dias que Deus está abençoando maravilhosamente está sendo um verdadeiro prazer. Onde temos ido temos visto o Senhor

operar prodígios sinais, maravilhas” (SHOW DA FÉ, 2018, 00’ 35”).

A promessa de felicidade invade a mentalidade do fiel e as conceituações de inferno, presentes nos discursos dos pastores, tomam dimensões mais alusivas, cuja representação do Diabo permeia o sofrimento terrenal, mas não está presente no plano transcendental pós-morte (ideia de paraíso eterno). A ênfase, porém, é na libertação dos males terrenos, das doenças, do desemprego, da falta de prosperidade, pois conforme adverte R.R. Soares: “uma pessoa pra viver em necessidade, isso é obra do *inimigo*” (SHOW DA FÉ, 2018, 5’ 10”, grifo nosso). Ou seja, os problemas pelos quais atravessam os fiéis jamais são vistos/concebidos, na igreja, como uma causa histórico-social, determinados pela ação do homem, mas, contrariamente, estão sempre vinculados às ações do Diabo, denominado “inimigo” pelos pregadores.

É importante pontuar que não é apenas o discurso religioso, por si só, que se apresenta como elemento de formação do *ethos* capitalista. Ao transpor o pensamento/estudo de Weber para a conjuntura atual, observa-se que para além do discurso que fomenta o ideal de apropriação e aquisição de bens materiais nas igrejas neopentecostais, aqui especificamente a IIGD, há também uma série de fatores que tangenciam esse novo *ethos* religioso assumido por fiéis e membros da igreja. Dentre eles, ganham destaque a própria cultura midiática/televisiva que concebe o programa religioso/culto como um “show” (a começar pelo nome do programa – Show da Fé), no qual ele está ambientado em um cenário permeado de câmeras, luzes, plateia e efeitos sonoros e de edição, os quais dão vazão à própria sociedade de consumo, na medida em que ela é permeada de imagens e sons que ao mesmo tempo guiam e alienam os indivíduos (BAUMAN, 2008). Esses aspectos endossam o *ethos* protestante pensado por Weber no limiar do século XX e o aproximam ainda mais do *ethos* capitalista contemporâneo. Assim,

Tanto na TV quanto no rádio, o conteúdo troca o eixo salvação-milagres-coleta de fundos pela ênfase na pregação da prosperidade econômico-financeira como bênção de Deus e a da guerra espiritual e oferece também respostas religiosas para questões atuais como depressão, estresse, drogas, crises familiares. As poucas exceções ainda ficam com a programação de algumas rádios católico-romanas que ainda cultivam as dimensões dos serviços à comunidade e da educação. (CUNHA, 2009, n.p.).

Ou seja, entre os evangélicos há um afastamento daqueles ideais ascéti-

cos, de uma doutrina mais rigorosa, e, ao mesmo tempo, uma aproximação/incorporação dos valores de mercado e da sociedade de consumo, como é o caso da aquisição de bens de consumo, serviços de lazer e entretenimento:

Por exemplo, se, como evangélicos, aprenderam a abster-se de dançar nas festas do convívio social ou da tradição popular, os espaços da nova cultura religiosa, como os shows evangélicos, permitem a dança. É possível nestes shows identificar cantores e grupos musicais se apresentando com a mesma estética e postura dos cantores e grupos seculares. O mesmo se dá com a postura e estética do público. Os bens culturais adquiridos pelos adeptos passam a ser os discos e as revistas que, nos moldes das ‘profanas’, transformam os cantores protestantes em artistas, divulgam sua vida privada, realizam concursos de encontros com os ídolos, etc. Também se pode observar a incorporação da cultura dos meios de comunicação de massa ao rito religioso, à experiência de culto. A imagem passa a ser um valor para os momentos de culto nas igrejas, que se tornam veículo promocional dos discos e dos cantores evangélicos e do seu discurso religioso. Os cultos passam a ser espaço privilegiado de apresentações. [...] tudo é coordenado pelos ‘grupos de louvor’ e pelas ‘bandas gospel’, que são intérpretes reprodutores dos modelos-cantores assistidos nos shows. [...] É mantido o recurso a tradicionais baladas românticas de forte cunho emocional e a abertura ao rock pesado, mas é aberto o espaço para o ritmo sertanejo, [...], do pagode e do axé-music, seguindo as trilhas do mercado musical ‘profano’. (CUNHA, 2009, n.p., grifo da autora).

Outro aspecto importante é a recente expansão da corrente neopentecostal no Brasil, atrelada ao aumento notório do consumo e da aquisição de bens materiais. De acordo com o estudo de Storni e Estima (2010, p. 20, grifo das autoras):

Dados recentes demonstram o crescimento vertiginoso das Igrejas Evangélicas, especialmente a Igreja Universal do Reino de Deus – IURD. Esta denominação é comandada pelo autointitulado Bispo Edir Macedo, e apresentou um crescimento maior na última década: passou de menos de 300.000 fiéis para mais de 2 milhões de adeptos em todo território nacional, segundo as informações da Revista *Veja* de 8 de outubro de 2003.

Nessa mesma perspectiva, Bandeira (2017) aponta para o surgimento de novos conceitos sociológicos elaborados por pesquisadores que se debruçam sobre o avanço das denominações religiosas evangélicas na contempo-

raneidade. Um desses conceitos é o de religiosidade midiática, pensado por Cunha (2009), pelo qual a autora faz referência à incorporação dos meios de comunicação e informação aos cultos. Nesse contexto, a música se destaca, já que os shows de louvores ao estilo gospel vão ganhando espaço entre os ritos e pregações. Da mesma forma, pastores, na condição de apresentadores de programas televisivos, “comandam programas de mensagens positivas, visando atingir uma audiência vasta e que pratica uma religiosidade individualizada, no lugar de cultos e celebrações denominacionais” (BANDEIRA, 2017, n.p.).

Ainda de acordo com Bandeira (2017), ao assumir o comando de programas televisivos, pastores e pregadores passam a figurar na posição de “telepastores”, na medida em que as igrejas evangélicas/neopentecostais passaram a se equiparar a empresas, seja na forma de gestão, de investimentos financeiros ou de marketing e captação de fiéis. Nas palavras da autora, “não só a religião havia se mercantilizado a partir da utilização de seus produtos e manifestações pela indústria cultural, processo detectado na década anterior, mas a igreja havia se tornado ela própria uma empresa, e o templo um palco para o espetáculo protagonizado por “telepastores” (2017, n.p.).

Tanto para Bandeira (2017) como para Cunha (2009), a chamada explosão gospel, surgida desde os anos 1990 no Brasil, não se limita apenas ao segmento musical, mas também assume forma de uma nova cultura, isto é, um novo modo de ser dos evangélicos neopentecostais. Deste modo,

A cultura gospel seria híbrida ao combinar tradição e modernidade. A tradição corresponderia à manutenção da doutrina protestante tal como se desenvolveu no Brasil, caracterizada pelo individualismo, antiintelectualismo, antiecumenismo, exclusivismo religioso, sectarismo, demonização das culturas brasileiras indígenas e afro-brasileiras e do catolicismo popular, além da manutenção dos dualismos Igreja-mundo e sagrado-profano. Já a modernidade se traduziria em novas formas de culto, de expressão verbal, visual e de comportamento inseridos na *lógica do espetáculo, do entretenimento e do consumo*. Por traz dessa cultura estariam a *Teologia da Prosperidade* e a *Guerra Espiritual*, cujo sucesso poderia ser explicado por fatores socioeconômicos e políticos: a *política neoliberal*, que promoveria a crença na inclusão social individual e na importância da autoestima em uma sociedade que não resolve o problema da exclusão (BANDEIRA, 2017, n.p., grifo nosso).

Esse rearranjo sócio-econômico-cultural das comunidades evangélicas brasileiras dialoga diretamente com o *ethos* capitalista, pois há a incorporação, no seio das igrejas, de valores próprios da sociedade de consumo, como o individualismo, o exclusivismo e o ideal de prosperidade material propagado pela teologia da prosperidade. Desta forma,

[...] o reprocessamento desses elementos culturais da atualidade (mercado e mídia), concretizado nas transformações no modo de ser cristão, é realizado por meio da introdução de novas significações religiosas, que enfraquece algumas das bases que dão sentido à existência dos grupos, mas reforça outras. Este processo provoca, muito especialmente na passagem do século XX para o século XXI, uma crescente presença de distintos grupos cristãos no mercado e na mídia, o que promove a elaboração de um novo modo de vida religiosa e, portanto, novos discursos que o alimentam. (CUNHA, 2009, n.p.).

Assim, é possível considerar que o *consumismo religioso* está relacionado também à necessidade de pertencer a um determinado grupo e isso ocorre por meio do estilo de vida comum entre os membros da igreja. Para Bauman (2008), a sociedade moderna é marcada pelo consumismo de tal modo que passa a ser este o único e verdadeiro propósito da existência humana. O ideal religioso historicamente concebido pelo sofrimento, pelo pagamento de penitências e pelas provações de Deus para avaliar a fé do cristão é rompido pelo ideal de prosperidade como “graça divina”. A teologia da prosperidade soma voz para o fomento ao comportamento consumista, que nas palavras de Bauman:

[...] é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontade, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, ‘neutros quanto ao regime’, transformando-os na *principal força propulsora e operativa da sociedade*, uma forma que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de autoidentificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. (2008, p. 41, grifo do autor).

Essa autoidentificação tratada por Bauman refere-se à necessidade humana de, por um lado, ter anseios, concepções, desejos e preferências semelhantes aos indivíduos de seu grupo de convívio/pertencimento social,

e por outro, demonstrar-se distinto, de modo que é possível associá-la (a autoidentificação) ao “[...] que Max Weber chamou de ‘tipos ideais’: abstrações que tentam apreender a singularidade de uma configuração composta de ingredientes que não são absolutamente singulares” (BAUMAN, 2008, p. 39).

Todavia, há que se destacar que o consumismo e esse *sujeito merecedor* de gozar das bênçãos divinas – o fiel – caminham juntos em direção à consolidação e legitimação do *ethos* capitalista. Neste interesse, na sociedade *sólido-moderna* analisada por Bauman (2008), a acumulação de bens e riquezas condizia com o ideal da formação da sociedade sob o acúmulo de capital, na medida em que a “posse de um grande volume de bens implicava ou insinuava numa existência segura, imune aos futuros caprichos do destino” (BAUMAN, 2008, p. 42). Sendo prudente a acumulação, o consumo não era imediato, bem como os valores da igreja se aproximavam mais de uma certa simplicidade. Havia a abominação da luxúria e ostentação da riqueza, a satisfação imediata era repudiada e “[...] se alguém se entregasse a ela, deixaria o sabor amargo da imprevidência, se não do pecado” (BAUMAN, 2008, p. 43).

As implicações do capitalismo no comportamento dos fiéis passaram a dialogar, portanto, com as novas liberdades adquiridas a partir da doutrina neopentecostal. Neste último caso, Ricardo Mariano argumenta que nas igrejas neopentecostais, o comportamento assumido por seus membros/fiéis tem sido cada vez mais de caráter liberal, uma vez que foram renegadas as “[...] características sectárias tradicionais do pentecostalismo e rompeu com boa parte do ascetismo contracultural tipificado no estereótipo pelo qual os crentes eram reconhecidos” (2004, p. 124). Ademais, esse ideal de liberdade permite que os fiéis possam desfrutar do padrão de estética determinado pelo sistema capitalista, vestindo-se com roupas “da moda” e adquirindo bens e produtos sem que haja violação de sua ética religiosa.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos limites deste estudo, buscou-se explicitar que sob a ótica neopentecostal a infelicidade é infligida apenas às pessoas que se desviaram da doutrina da igreja, principalmente àquelas que não realizaram o pagamento do dízimo e/ou estiveram ausentes nos principais eventos e ritos religiosos.

Neste sentido, Bauman aponta que “[...] na *sociedade de consumidores* a infelicidade é passível de punição, ou no mínimo um desvio pecaminoso que desqualifica seu portador como membro autêntico da sociedade” (2008, p. 61, grifo nosso). Ou seja, essa *sociedade de consumidores* da qual o autor se refere torna-se tão poderosa no mundo pós-moderno a ponto de conduzir os indivíduos a rejeitar qualquer outro tipo de cultura que esteja desvinculada ao consumo.

Observou-se, portanto, que a igreja neopentecostal, enquanto instituição formadora de *sujeitos consumistas*, dissemina em seus cultos a teologia da prosperidade como constituinte significativa na formação e legitimação de crenças, valores, imaginários e comportamentos sociais, os quais são construídos a partir do *ethos* capitalista. Contudo, advertimos que as discussões aqui levantadas compõem apenas um recorte de uma temática relevante não somente do ponto de vista histórico-social-cultural, mas também no que diz respeito ao campo político brasileiro, cujo movimento neopentecostal tem ocupado espaços importantes, abrindo-se assim possibilidades para novas abordagens teóricas e metodológicas acerca deste objeto/campo de estudo.

REFERÊNCIAS

- BANDEIRA, Olívia. Música gospel no Brasil – reflexões em torno da bibliografia sobre o tema. **Religião & Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 37, n. 2, maio-ago. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-85872017000200200>. Acesso em: 18 out. 2019.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- CUNHA, Magali do Nascimento. Religiosidade midiática em tempos de cultura “gospel”. **Tempo e Presença**, Rio de Janeiro, n. 15, abr. 2009. Disponível em: <http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=303&cod_boletim=16&tipo=Artigo>. Acesso em: 18 out. 2019.
- MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, v. 18, p. 121-137, 2004.
- MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- MARIANO, Ricardo. Os neopentecostais e a teologia da prosperidade. **Novos Estudos**, n. 44, p. 24-44, mar. 1996.
- ORO, Ari Pedro; ALVES, Daniel. Renovação Carismática Católica: movimento de superação da oposição entre catolicismo e pentecostalismo? **Religião & Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 33, n. 1, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_art

text&pid=S0100-85872013000100007>. Acesso em: 18 out. 2019.

PRANDI, Reginaldo; SANTOS, Renan William dos. Quem tem medo da bancada evangélica? Posições sobre moralidade e política no eleitorado brasileiro, no Congresso Nacional e na Frente Parlamentar Evangélica. **Tempo Social**, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 187-214, ago. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ts/v29n2/1809-4554-ts-29-02-0009.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2019.

SHOW DA FÉ. Igreja Internacional da Graça de Deus. **Deus sustenta a causa e o direito**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JNjJN6wzpQY>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

SILVA, J. Otacílio . A produção de ideologias políticas segundo Max Weber. **Ciências Sociais em Perspectiva** (Impresso), Cascavel-PR, v. 5, n.8, p. 71-84, 2006.

STORNI, Maria Otilia Telles; ESTIMA, Liliane de F. L. A religião como produto de consumo: reflexões. **Revista Eletrônica de Ciências Sociais**, n. 15, p. 15-28, mar. 2010.

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

Fábio Alexandre da Silva

Doutorando em História pela Universidade Federal de Pelotas – UFPel (2020-2023). Mestre em Educação pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste (2020). Licenciado em História pela Universidade Norte do Paraná (2017). E-mail: fabioxandy@hotmail.com

Graziele Rodrigues de Oliveira

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS (2020-2023). Mestre em Literatura Comparada pela Universidade Federal da Integração Latino-Americana – UNILA (2019). Especialista em Geopolítica e Relações Internacionais pela Rede de Educação Claretiano (2016). Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela União Educacional de Cascavel (2015) e Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pelo Centro de Ensino Superior de Maringá (2010). E-mail: grazielecomz@gmail.com