

FACULDADE UNIDA DE VITÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DAS RELIGIÕES

FABIANA LIMA DOS SANTOS DO CARMO

Certificado pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Unida de Vitória – 28/10/2016.

TEMPLO OU MERCADO: A LÓGICA CAPITALISTA NO DISCURSO IURDIANO

PPGCR
Faculdade Unida de Vitória

VITÓRIA
2016

FABIANA LIMA DOS SANTOS DO CARMO

Certificado pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Unida de Vitória – 28/10/2016.

TEMPLO OU MERCADO: A LÓGICA CAPITALISTA NO DISCURSO IURDIANO

PPGCR
Faculdade Unida de Vitória

Trabalho Final de Mestrado Profissional
Para obtenção do grau de Mestra em
Ciências das Religiões
Faculdade Unida de Vitória
Programa de Pós-Graduação
Linha de Pesquisa: Religião e Esfera
Pública

Orientador: Dr. Kenner Roger Cazotto Terra

VITÓRIA
2016

Carmo, Fabiana Lima dos Santos do
Templo ou mercado / A lógica capitalista do discurso iurdiano /
Fabiana Lima dos Santos do Carmo. – Vitória: UNIDA / Faculdade
Unida de Vitória, 2016.
ix, 83 f. ; 31 cm.

Orientador: Kenner Roger Cazotto Terra
Dissertação (mestrado) – UNIDA / Faculdade Unida de Vitória,
2016.

Referências bibliográficas: f. 73-83

1. Ciências das religiões. 2. Religião e esfera pública.
3. IURD. 4. Teologia da prosperidade. 5. Capitalismo. 6.
Empreendedorismo - Tese. I. Fabiana Lima dos Santos do Carmo. II.
Faculdade Unida de Vitória, 2016. III. Título.

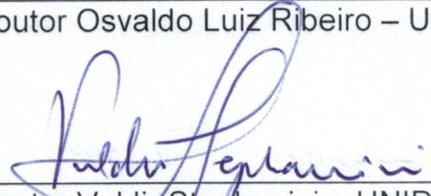
FABIANA LIMA DOS SANTOS DO CARMO

TEMPLO OU MERCADO: A LÓGICA CAPITALISTA NO DISCURSO IURDIANO

Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Ciências das Religiões no Programa de Mestrado Profissional em Ciências das Religiões da Faculdade Unida de Vitória.


Doutor Kenner Roger Cazotto Terra – UNIDA (presidente)


Doutor Osvaldo Luiz Ribeiro – UNIDA


Doutor Valdir Stephanini – UNIDA

Dedicatória

Certificado pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade Unida de Vitória – 28/10/2016.



Dedico esse trabalho aos meus pais, a minha família, aos meus amigos e de modo especial ao meu marido e minha filha que tanto me apoiaram.

Agradecimentos

Agradecimento é um momento ímpar em nossa caminhada diária, que nos fortalece e nos torna pessoas melhores.

E como não agradecer aqueles que junto comigo trilharam esses dias tão desafiadores e difíceis. Lembro-me que no primeiro módulo do curso, um ilustre professor nos falou que escrever a dissertação seria uma caminhada muito solitária, e como ele tinha razão.

Por isso agradeço primeiramente ao meu marido Adriano Bortolozo, pela paciência, pelas noites de sono mal dormidas, pelas trilhas e ensaios de música feitos sem a minha presença, e por me apoiar incondicionalmente sem cobranças e reclamações.

Agradecer a minha princesinha Gabi, que por tantas vezes brincou sozinha, ou ficou do meu lado no computador, só para ficar pertinho de mim. Obrigada por você ser quem é princesinha.

Agradecer aos meus pais que me ensinaram a não desistir dos meus sonhos e por mais desafiadores, enfrentá-los de cabeça erguida. E em especial minha mãe que me sustenta em oração, o que me mantém de pé.

A minha família pelo apoio e orações.

Aos amigos que sempre estiveram torcendo por mim. Um carinho especial aos que ganhei no curso: Denise, Daniel e Thaniggia, obrigada pelas discussões e colocações, e principalmente pelas idas ao Texas, foi de muito crescimento.

Agradecer a minha igreja e ao meu pastor, pela compreensão da minha ausência.

Agradeço ao meu orientador Kenner Roger Cazotto Terra, pela disponibilidade e fé no meu trabalho.

E agradecer ao meu Deus que é a razão da minha existência, que me sustentou e me fortaleceu em todos esses dias difíceis.



Chegando a Jerusalém, Jesus entrou no templo e ali começou a expulsar os que estavam comprando e vendendo.

Derrubou as mesas dos cambistas e as cadeiras dos que vendiam pombas e não permitia que ninguém carregasse mercadorias pelo templo.

E ele os ensinava, dizendo: ‘Não está escrito: A minha casa será chamada casa de oração para todos os povos?’

Mas vocês fizeram dela um ‘covil de ladrões’. (Livro de Marcos 15:17).

RESUMO

O presente trabalho mostra de maneira descritiva o empreendedorismo religioso na Igreja Universal do reino de Deus. Mostrando uma comparação na administração da igreja e a administração capitalista. Seguidas de pequenas discussões e análise sobre as práticas que a IUR emprega no mercado religioso brasileiro. A metodologia usada nesse trabalho é a revisão bibliográfica, e o referencial teórico é a fenomenologia de Peter Berger. Foi utilizado nesse trabalho renomados autores como Weber, Leonildo Silveira, Ricardo Mariano, Antônio Flavio Pierucci, Ari Pedro Oro entre outros. A IURD é uma instituição que tem demonstrado, principalmente ao longo dessas quatro décadas, uma grande capacidade de inovação e expansão no mercado religioso brasileiro. Cabe salientar que o objetivo do trabalho é mostrar que a Igreja Universal do Reino de Deus, adota sem suas práticas administrativas modernas estratégias de administração, tais como: a inovação, o empreendedorismo, o marketing e a “mcdonaldização”.

Palavras-chave: IURD, Teologia da Prosperidade, Capitalismo, Empreendedorismo.



ABSTRACT

This work shows descriptively religious entrepreneurship in the Universal Church of the Kingdom of God. Bringing a comparison in church administration and the capitalist administration. Followed by small discussion and analysis of the practices that the IUR employs in the Brazilian religious market. The methodology used in this work is the literature review, and the theoretical framework is the phenomenology of Peter Berger. It was used in this work Renamed authors like Weber, Leonildo Silveira, Ricardo Mariano, Antonio Flavio Pierucci, Ari Pedro Oro among others. The UCKG is an institution that has demonstrated, especially over these four decades, a great capacity for innovation and expansion in the Brazilian religious market. It should be noted that the objective is to show that the Universal Church of the Kingdom of God, adopted without its modern administrative practice management strategies, such as innovation, entrepreneurship, marketing and the “McDonaldization”.

Keywords: Universal Church, Prosperity Theology, Capitalism, Entrepreneurship.



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 A DESREGULAÇÃO DO MERCADO RELIGIOSO E A EXPANSÃO DA PLURALIDADE RELIGIOSA	14
1.1 Laicidade e Secularização	15
1.2 Sobre uma ótica da Reforma Protestante: Lutero e Calvino	18
1.3 Modernidade: Racionalização e Desencantamento	21
1.4 Mercado Religioso do Brasil: Desregulação, Liberdade, Pluralismo e Concorrência	24
1.5 Resumo	28
2 PROTESTANTISMO BRASILEIRO: SOBRE UMA ÓTICA PENTECOSTAL E NEOPENTECOSTAL.....	30
2.1 Surgimento do Pentecostalismo e Neopentecostalismo	31
2.2 Trajetória Histórica da IURD	35
2.3 Teologia da Prosperidade	39
2.4 Preço e Sacrifício na IURD	44
2.5 Resumo	48
3 A LÓGICA EMPREENDEDORA DA IURD E SEU SISTEMA CAPITALISTA. ..	49
3.1 Capitalismo Contemporâneo: Marketing e Inovação	50
3.2 Empresa iurdiana sua administração e seus vários nichos de mercado.....	54
3.3 Templo de Salomão: Um congresso de sucesso em tempos de crise	60
3.4 A “macdonaldização” iurdiana.....	63
3.5 Resumo	68
CONCLUSÃO.....	69
REFERÊNCIAS	73

INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem por objeto de pesquisa a Igreja Universal do Reino de Deus. Conhecida também como IURD é de fato uma das instituições mais notórias, visto sua expansão territorial e influência em massa. Hoje presente em mais de 70 países, seus milhares de templos que foram construídos ao longo desses trinta e nove anos de sua existência. Fundada no ano de 1977, na cidade do Rio de Janeiro, tendo como fundador Edir Bezerra Macedo, antes católico e simpatizante da umbanda, juntamente com Macedo, Romildo Ribeiro Soares e Roberto Augusto Lopes. A IURD é uma denominação classificada como neopentecostal, oriunda do movimento pentecostal, sendo chamado também de terceira onda. Esse movimento se originou no século XX nos Estados Unidos da América e chegou ao Brasil nos anos de 1990 e 1991. Surgindo a partir da metade dos anos 70, o neopentecostalismo tomou destaque nos anos 80 e 90. As Igrejas que participam desse grupo fundam sua doutrina na Teologia da Prosperidade, na luta contra os demônios, na intolerância aos cultos afro-brasileiros, na prática do abandono dos usos e costumes de santidade, na participação assídua em partidos políticos e em grande destaque à participação na mídia.

O *status* de notoriedade e de protagonismo que a Igreja Universal do Reino de Deus alcançou não se mantém ileso às críticas de seus adversários, em especial daqueles os quais o monopólio do campo cultural, religioso e simbólico brasileiro beneficiou por anos. Entretanto, cabe perguntar se as estratégias adotadas pela IURD, de certo modo, não se assemelham às praticas adotadas por seus concorrentes em outros momentos históricos e que agora são lançadas à fogueira em tribunais sem memória. A religião, enquanto construção humana está impregnada de valores, tradições e princípios humanos muitas vezes contraditórios. Entretanto, apesar de todos os crimes e atrocidades cometidos em nome da religião, observa-se também contribuições para a construção de uma sociedade mais justa, alicerçada nos valores do iluminismo. Houtart sublinha três aspectos e suas respectivas contradições que comprovam essa ideia.

A primeira contribuição é a descoberta da globalidade do real, ou seja, da harmonia entre o cosmos e o gênero humano, por um lado, e por outro, da ordem social como exigência do bem-estar coletivo da humanidade. O perigo está em naturalizar e sacralizar estruturas de relações sociais de desigualdade. A segunda contribuição consiste na importância da subjetividade e da ética nas expressões do valor humano, com o perigo de identificar o bem comum com a soma de comportamentos individuais.

Por ultimo, a terceira contribuição é a resistência contra a injustiça e a defesa dos oprimidos, com o perigo de fixar numa utopia puramente pós-histórica a solução dos males sociais, mas também com a esperança da possibilidade de um mundo novo¹.

A IURD sem dúvidas é a Igreja que mais se destaca no neopentecostalismo, cabe ressaltar que as práticas exercidas pela IURD não se mostram semelhantes às práticas de seus concorrentes, todavia em outros momentos históricos e que hoje são arduamente criticados pela mesma².

A IURD pode ser considerada como principal precursora do movimento que rompeu com o pentecostalismo tradicional, o que será verificado no trabalho, e tal ruptura passou a ser um referencial na difusão da “Teologia da Prosperidade”. O *marketing* é uma ferramenta estratégica no seu cenário organizacional e a IURD é uma instituição religiosa com característica e infraestrutura de uma empresa bastante lucrativa. Nessa perspectiva, definiu-se como problema a seguinte temática: seria o modelo da IURD, que tem o *marketing* religioso como *fundamento estratégico* de exploração da fé, exploração aqui no sentido de instigação de possibilidades a partir da performatividade da linguagem.

Dito de outro modo: seria o modelo de organização eclesial propagado pela IURD um consequente viés de ruptura com estruturas que estão se desintegrando com as novas formas de espiritualidades pós-modernas e o meio caminho para estruturas emergentes que radicam na produção de bens simbólicos uma nova fase do imaginário social brasileiro?

A opção pelo tema se deu após a observação do crescimento vertiginoso da IURD no Brasil e no mundo, superando em números expressivos muitas das demais denominações religiosas que compõem o quadro religioso protestante brasileiro, fato também que a coloca em evidência na mídia, e que tem suscitado, inclusive, incontáveis críticas quanto aos seus métodos.

O aporte bibliográfico se deu, não por opção do autor, mas também pelas dificuldades impostas pelas lideranças da IURD que não aceitam facilmente a presença de pesquisadores nos seus cultos, não fornecem informações e que orientam seus fiéis a não darem entrevistas, alegando que já foram vítimas de situações nas quais suas declarações foram distorcidas e usadas para prejudicar a própria instituição, sendo suas declarações usadas de má fé, com o intuito de prejudicar a IURD. Talvez seja possível concluir que esta é apenas uma estratégia de *marketing* que visa preservar a imagem da mesma diante de parcela da sociedade que a vê

¹HOUTART, François. *Mercado e Religião*. São Paulo: Cortez, 2002. p. 27.

²MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. 2 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

com desconfiança, ao mesmo tempo em que seus programas de rádio e televisão mostram um lado elaboradamente positivo, ou seja, abafar qualquer tipo de insatisfação por parte dos fieis.

A pesquisa bibliográfica, de acordo com Vergara, pode ser classificada sob dois aspectos, quanto aos meios e quanto aos fins, isto é, a pesquisa bibliográfica “é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas”³; e, quanto aos fins, é pesquisa descritiva e exploratória. Descritiva porque descreve a análise do *marketing* acerca de sua aplicação no universo religioso. Exploratória porque realiza descrições precisas da situação visando descobrir as relações existentes entre os elementos componentes e se restringindo à definição de objetivos e a busca de mais informações sobre o assunto estudado. De acordo com Lakatos e Marconi, a pesquisa exploratória “se caracteriza por enfatizar a descoberta de ideias e discernimentos”⁴. Assim, pode-se definir este estudo como descritivo, bibliográfico e exploratório.

Assim sendo, o presente trabalho mostra em seu corpo uma descrição seguida de pequenas análises, discussões e reflexões sobre práticas de administração da IURD, e como elas se apresentam no âmbito do mercado religioso brasileiro, sendo utilizado para a produção do referido trabalho a sociologia do conhecimento fenomenológico de Peter Berger.

O trabalho se estrutura da seguinte forma: no Capítulo 1, pretende-se abordar a parte histórica como um plano de fundo, no qual veremos a desregulação do mercado religioso e a expansão da pluralidade religiosa inserindo para a discussão autores como Mariano e Adam Smith. Em seguida fazendo uma costura com o ambiente de pluralismo religioso serão explanados os conceitos de laicidade e secularização com citações de Antônio Flávio Pierucci, Ranquetat, Mariano e Peter Berguer, onde serão geradas as distinções dos conceitos e o processo de modernização. Em seguida, serão vistas as contribuições da Reforma Protestante ao cenário atual, trabalhando com as obras de Calvino, Lutero, Weber e Oliveira. Ainda serão abordadas a racionalização e o desencantamento na modernidade sob uma ótica de Weber e Drucker, por fim, lançando um olhar que se inicia na quebra do monopólio religioso no ocidente e passa por diversos outros eventos que impactaram a desregulação e a pluralidade religiosa no ocidente. No Capítulo 2 pretende-se destacar a Igreja Universal e a Teologia da Prosperidade; sendo feito um recorte histórico a partir da análise do protestantismo, pentecostalismo e neopentecostalismo brasileiro, seguindo uma discussão e reflexão dos

³VERGARA, Sylvania C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004. p. 48.

⁴LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina A. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. São Paulo: Atlas, 1999. p. 19.

textos de Freston, a respeito do grande sucesso na expansão pentecostal e neopentecostal, de maneira mais específica a IURD em Ricardo Mariano e Leonildo Silveira Campos; as relações entre dinheiro e magia no neopentecostalismo, destacando também a obra de Max Weber atribuída ao cenário atual. No Capítulo 3, serão apresentados alguns princípios que definem padrões de administração de empresas capitalistas dos autores Peter Drucker e Philip Kotler, dentre outros. Ainda no referido capítulo, far-se-á uma específica descrição, em breves análises e reflexões, sobre as práticas administrativas da IURD que se assemelham, fortemente, com as empresas capitalistas que competem no mercado globalizado, utilizando autores como Eduardo Refkalefsky, Pierucci, Almeida, Las Casas e outros, e ainda será feita uma análise observando as táticas mercadológicas usadas pela IURD frente à situação de crise atual.

Por fim, objetiva-se, de maneira dinâmica, articular os autores relacionados no referencial bibliográfico, discutindo principalmente o neopentecostalismo, a Igreja Universal e suas práticas de administração, analisando como essas práticas apresentam-se no âmbito do mercado religioso brasileiro. A pesquisa realizada nesse estudo procura questionar se o sucesso da IURD, observado em específico pelo lado mercadológico, pode ser atribuído em grande parte ao seu empreendedorismo, seja em inovar ou em reproduzir com competência administrativa seus processos. Observa-se também a semelhança da IURD a uma empresa que busca empreender ações que irão garantir-lhe a maior fatia desse mercado. Nesse processo, aparentemente a IURD trilha um caminho de administração capitalista aos quais serão discutidos nesse trabalho, tais como: centralização de recursos financeiros e administrativos, atuação em vários nichos de mercado, empreendedorismo econômico, visão de participação nos lucros e investimento em comunicação social com enfoque na massa.

1 A DESREGULAÇÃO DO MERCADO RELIGIOSO E A EXPANSÃO DA PLURALIDADE RELIGIOSA

Observando-se a idade média, a história mostra o poderio da Igreja Católica nos campos econômico, político e social; sobremaneira obtendo por muito tempo um monopólio no mercado religioso ocidental. Nesse patamar absoluto, a Igreja Católica exercia também o controle total sobre os bens de salvação⁵ e conseqüentemente sobre os que demandavam esses bens.

No discurso de Adam Smith sobre o monopólio da Igreja Católica em relação aos seus demandantes, pode ser visto em sua obra “A Riqueza das Nações”, que aconteceu no auge do iluminismo escocês, que o poder de manipulação que a demanda tinha a possibilitava vender suas mercadorias bem acima do valor real, tendo um lucro conseqüentemente além de sua taxa natural⁶. No caso específico, não cabe apenas mostrar o poder econômico exercido pela Igreja Católica no ocidente medieval, quão quanto ir além e apontar como o resultado desse monopólio refletia também em um grande poder político e social.

Porém, com as mudanças culturais, econômicas e políticas que aconteceram nas nações europeias no início do século XVI, o quadro que antes tendia para o monopólio da Igreja Católica começou a mudar, visto os acontecimentos que mostraram uma visão diferente de mundo para essas sociedades. O autor Ricardo Mariano, mostra esses acontecimentos listando-os como: Renascimento, Reforma Protestante, Iluminismo, Revolução Industrial, urbanização em ascensão, emancipação do poder eclesiástico, a separação da Igreja e do Estado, a laicização da cultura e valores, como também a ampliação do pluralismo religioso. Todos esses conceitos possuem um caráter secularizantes⁷, visto terem em suas bases, fortes elementos que caracterizam estruturas capitalistas, racionais e dessacralizadas.

Mostrar o monopólio da Igreja Católica faz-se necessário para a construção do presente trabalho, devido aos adventos que de maneira direta ou indireta, contribuíram para a sua quebra na desregulação⁸, formação e crescimento expansivo do mercado religioso e pluralidade religiosa.

⁵MARIANO, 2008, p. 47.

⁶SMITH, Adam. *A Riqueza das Nações: Estudo sobre sua natureza e suas causas*, v. 1, Tradução de Luiz João Baraúna, São Paulo: Nova Cultura, 1996. p. 114.

⁷MARIANO, Ricardo. *Igreja Universal do Reino de DEUS: a magia institucionalizada*. Revista USP, São Paulo, n. 31, p. 120-131, set./Nov. 1996a. p. 120.

⁸Adota-se a abordagem de Antônio Flávio Pierucci, entendendo a ‘desregulação jurídico-estatal da vida religiosa’ como a ‘diminuição dos controles legais e governamentais sobre as confissões religiosas, a abolição de toda e qualquer reserva de mercado religioso, em poucas palavras, a liberalização geral da economia d crenças

Dessa maneira, nesse primeiro momento o trabalho tem como ideia reunir os elementos históricos e sociais constituindo uma ótica sobre o ambiente de pluralismo religioso e expansão da liberdade religiosa, que segundo Mariano, o campo religioso brasileiro encontra-se⁹, como exemplo a Igreja Universal do Reino de Deus - IURD, objeto de pesquisa do referido trabalho.

Inicialmente a discussão será sobre o processo de laicidade e secularização, sobre uma perspectiva no que tange às religiões ocidentais.

1.1 Laicidade e Secularização

Quando são utilizados os conceitos de laicidade e secularização, de acordo com o pesquisador Cesar Alberto Ranquetat, gera-se uma grande confusão de conceitos, tanto no senso comum quanto aos cientistas, historiadores e filósofos, ambos fazendo referências a um mesmo fato histórico e social, ou seja, tratando-os como sinônimos. Porém, o pesquisador afirma a heterogenia entre os termos laicidade e secularização, onde uma de maneira geral está relacionada à separação do poder religioso e político e a secularização a diminuição do religioso e seu declínio no que parte de seus comportamentos presentes na sociedade¹⁰.

Secularização e laicidade são conceitos e processos sociais distintos. A secularização se refere ao declínio da religião na sociedade moderna e a perda de sua influência e de seu papel central e integrador. O processo de secularização relaciona-se com o enfraquecimento dos comportamentos e práticas religiosas. A laicidade é sobretudo um fenômeno político, vinculando-se com a separação entre o poder político e o poder religioso. Expressa a laicidade, a afirmação da neutralidade do Estado frente aos grupos religiosos e a exclusão da religião na esfera pública. A secularização apresenta uma dimensão sócio-cultural, correspondendo a uma diminuição da pertinência social da religião enquanto que a laicidade revela uma dimensão sócio-política estreitamente conectada com a relação Estado e religião¹¹.

A partir de um olhar jurídico-político do Estado, observa-se que a secularização e a laicidade, contribuíram nas formas de trabalho e até mesmo de agir e pensar das sociedades.

religiosas'. Ver em: PIERUCCI, A.F. De olho na modernidade religiosa. *Tempo Social*. São Paulo, v. 20, n. 2, p. 9-16, Nov. 2008. p. 13.

⁹MARIANO, Ricardo. *Igreja Universal do Reino de DEUS: a magia institucionalizada*. Revista USP, São Paulo, n. 31, p. 120-131, set./Nov. 1996a. p. 120.

¹⁰RANQUETAT JUNIOR, C. A. *Laicidade, laicismo e secularização: definido e esclarecendo conceitos*. Rio Grande do Sul, Sociais e Humanas. V. 21, n. 1, UFSM, 2008. p. 1.

¹¹BAUBÉROT, Jean. *A laicidade*. Disponível em: www.france.org.br. Acesso em: 20 set. 2005. *Apud* RANQUETAT JUNIOR, C. A. *Laicidade, laicismo e secularização: definido e esclarecendo conceitos*. Rio Grande do Sul, Sociais e Humanas. V. 21, n. 1, UFSM, 2008. p. 11.

Sobre o assunto, Mariano corrobora mostrando que com a separação da Igreja e do Estado, ele conseguiu uma autonomia em relação à Igreja, estendendo sua dominação jurídica e política no que tange a esfera religiosa, e que quando se trata dos Estados liberais, se torna ainda mais nítido essa separação, visto a redução do monopólio religioso hegemônico¹².

Com a quebra do monopólio religioso e vistas a tão esperada garantia da liberdade da expressão religiosa no Estado de direito, as minorias religiosas também tiveram a oportunidade de se posicionarem frente às alternativas religiosas, podendo-se dizer que a livre concorrência no mercado religioso se deu através da liberdade religiosa¹³.

Já na ótica de Peter Berger, a secularização não é limitada apenas como um processo socioestrutural, Berger discursa que o processo de secularização transparece quando a religião como instituição ou em seus símbolos religiosos perdem seu espaço em vários setores do corpo da sociedade. Observa, entretanto, ao constatar a diminuição de temas religiosos na filosofia, arte e literatura a crescente influência da ciência que aparece como “perspectiva autônoma e inteiramente secular do mundo”, carregando com a secularização mudanças culturais e ideais de uma comunidade. Berger ainda pontua que a secularização é um processo “pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religiosos”¹⁴.

No que tange à laicidade Ranquetat, distingue que:

Há que distinguir ainda laicidade de laicismo. O laicismo é uma forma agressiva, combativa de laicidade que procura eliminar, extirpar a religião da vida social. O laicismo se mostrou na história política de diversos países ocidentais como fortemente anticlerical e antirreligioso. Pode haver países altamente secularizados, como a Inglaterra e a Suécia, mas que não são de forma alguma Estados laicos. Por sua vez é possível a existência de Estados laicos, em sociedades pouco secularizadas como é o caso dos Estados Unidos. Cumpre enfatizar que secularização e laicização são fenômenos sociais que surgem com a modernidade. A modernidade afirma-se como um projeto civilizacional que se caracteriza pela emancipação, autonomização das diversas esferas da vida social do controle da religião. Tanto a secularização como a laicidade, expressam a luta de atores sociais na construção de uma ordem social baseada na razão e na ciência e que desta forma não é legitimada por um poder religioso¹⁵.

Sendo assim, a legitimidade do poder religioso é subtraída e substituída pela laicidade e pela secularização que levam consigo, enquanto processo social, elementos que constituem

¹²MARIANO, Ricardo. *Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religioso sobre as igrejas pentecostais*. Civitas, Porto Alegre, v. 3, n. 1, p. 111-125, jun. 203. P. 112.

¹³PIERUCCI, 2008, p. 15.

¹⁴BERGER. P. L. *O Dossel Sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. São Paulo: Paulinas, 1985, p. 119.

¹⁵RANQUETAT JUNIOR, 2008, p. 11 e 12.

emancipação nas diversas esferas sociais, buscando na razão e na ciência uma nova ordem social¹⁶.

Como resultado, a secularização e o Estado laico não estão mais embaixo do poderio religioso, não havendo, portanto, uma religião que se expresse como oficial, quebrando e desfazendo todo e qualquer monopólio e hegemonia religiosa exercida anteriormente. Com o seu enfraquecimento as demais religiões vislumbraram um novo cenário, cenário esse de espaço e participação direta, sendo esse então também o caso do Brasil.

Cabe ressaltar que esse processo de secularização não se deu de um dia para o outro, ou mesmo que, com o ponto final da hegemonia da Igreja Católica ela tenha simplesmente parado de interferir nas questões políticas e sociais. Todo esse caminho foi longo, visto a influência da Igreja Católica, mas Rodrigues e Souza Jr. exemplificam como se deu essa passagem.

[...] o processo de secularização do Estado brasileiro não se deu de forma imediata, logo após o fim do padroado, uma vez que a Igreja Católica passou um longo período ainda imiscuída dentro da política e da vida cultural do país, ou através da aliança com os poderes constituídos- quem não se lembra da estreita relação de Vargas com o Cardeal de Leme?- ou através dos colégios religiosos, que formaram gerações das elites dirigentes do país. Fato é que o processo de secularização das instituições brasileiras se deu aos ‘trancos e barrancos’ com infundáveis nuances e retrocessos [...]¹⁷.

Haja vista nos dias atuais é possível observar as contradições que se referem ao processo de secularização, visto que não causa estranheza encontrar crucifixos em entradas de prédios públicos. Cabe ressaltar também os calendários onde é instituído feriado nacional no dia 12 de outubro, intitulado pelos católicos como comemoração ao dia de Nossa Senhora, considerada padroeira do país. Não obstante, encontramos no preâmbulo da Constituição Brasileira a frase “proteção de Deus”. Como cita Giumbelli:

O caso brasileiro se assemelha com o que ocorreu com os países do sul da Europa de influência católica (Portugal, Espanha e Itália), no que tange às relações entre Estado e Igreja Católica, configurando-se uma - quase laicidade. Pois, ao longo da história brasileira, mesmo com a separação formal entre o poder político e a organização religiosa majoritária, pululam os ‘vínculos, compromissos, contatos, cumplicidades entre autoridades e aparatos estatais e representantes e instituições católicas’¹⁸.

Mostradas de maneira sucinta as ideias de laicidade e secularização, e mostrando-as como dois grandes processos, que apesar de distintos de modo conceitual, apresentam-se

¹⁶RANQUETAT JUNIOR, 2008, p. 11.

¹⁷RODRIGUES, D. Dos S.; SOUZA JUNIOR, P. G. dos. *A estreita relação entre o movimento migratório e pentecostalismo em dois estados do sudeste brasileiro*. Teoria e Pesquisa, São Carlos, v. 17, n. 2, p. 113-133 jul./dez.2008. p. 117.

¹⁸GIUMBELLI, Emerson. *O fim da religião: controvérsias acerca das ‘seitas’ e da ‘liberdade religiosa’ no Brasil e na França*. Tese de Doutorado em Antropologia Social, Museu Nacional, UFRJ, 2000.

formadores no que trata a desmonopolização hegemônica cultural e política da Igreja Católica, são fatores fundamentais para a transformação do modo de pensar e agir social, cominando consequência direta a desregulação do mercado religioso brasileiro criando então uma pluralidade religiosa, e um acirramento das mesmas.

A discussão até o momento se deu pela análise da secularização e laicidade, mostrando suas contribuições para a estruturação de uma expansão e formação de uma pluralidade religiosa. Portanto, fazem-se necessários à análise outros pontos, visto que de modo evidente os conceitos estudados até aqui não são os elementos únicos da análise.

Dessa maneira, serão abordadas discussões sobre o posicionamento de alguns autores como Lutero, que afixou suas 95 teses na abadia de Wintemberg, gerando grandes implicações na modernidade através da Reforma Protestante. Será vista também a participação do francês João Calvino, que em sua obra *Institutas*, lança força reformadora sobre a sociedade da época, trazendo também grande influência sobre o capitalismo e a imprensa.

1.2 Sobre uma ótica da Reforma Protestante: Lutero e Calvino

Um monge agostiniano iniciou no ano de 1517 um debate crítico que se desdobrou em grandes perspectivas sociais e culturais. Em suas 95 teses afixadas na abadia de Wintemberg, datada do dia 31 de outubro de 1517, Martinho Lutero (1483- 1546), discursou sobre “debate para o esclarecimento do valor das indulgências”¹⁹.

Lutero criticava a irregularidade nas vendas das indulgências por parte da Igreja Católica, como referência à Bíblia em seu livro de Mateus 4.17, quando faz menção ao texto “fazei penitência”, nesse momento a Igreja estava sob o domínio de Leão X. Porém Lutero endossava que “os cânones penitenciais são impostos apenas aos vivos; segundo os mesmos cânones, nada deve ser imposto aos moribundos”²⁰.

Lutero é firme quando trata em seu documento mostrando total reprovação aos sacerdotes que aceitavam o livre comércio das indulgências. “Agem mal e sem conhecimento de causa aqueles sacerdotes que reservam aos moribundos penitências canônicas para o

¹⁹LUTERO, M. *As 95 Teses de Lutero*: Debate sobre o esclarecimento do valor das indulgências. Disponível em: www.luteranos.com.br/lutero/95_teses.html. Acesso em: 10 set. de 2016.

²⁰LUTERO, 2014, tese n. 8.

purgatório”²¹. Ainda pontua que “antigamente se impunham as penas canônicas não depois, mas antes da absolvição, como verificação da verdadeira contribuição”²².

A visão crítica de Lutero o fez constatar que em determinados pontos as indulgências ultrapassavam seus parâmetros estritamente teológicos e adentravam em patamares políticos. A tese de número vinte mostra essa leitura quando afirma que “a maior parte do povo está sendo ludibriada”²³. Em outras partes do documento, Lutero mostra que a hegemonia exercida pela Igreja Católica estava trazendo obstáculos aos possíveis avanços, quando em sua tese de número vinte e cinco diz “o mesmo poder que o papa tem sobre o purgatório de modo geral, qualquer bispo tem em sua diocese e paróquia em particular”²⁴.

Lutero era um defensor das forças sociais, apesar de um homem religioso, não se corrompia as pressões políticas. Vieira nos mostra que:

A Reforma protestante foi uma ‘revolta’ religiosa que questionou a hegemonia teológica da Igreja centrada em Roma. Lutero não se submetia, nem aceitava mais passivamente aquilo que considerava um engano teológico, ou uma falsa doutrina, mesmo que isso fosse defendido por seus superiores, incluindo o líder maior da Igreja, o papa. Com sua rebeldia, Lutero engendrou na mente popular a possibilidade de mudar e melhorar a sociedade, assim como ele o fez no cristianismo, embora esses resultados se dessem além e à revelia das intenções do reformador, que queria unicamente uma reforma da Igreja, sem maiores consequências políticas e sociais²⁵.

Lutero contribuiu para uma significativa modernização do mundo ao discutir de maneira mais clara o que seria de incumbência do religioso e do secular, do espiritual ao material, da Igreja ao Estado, o que traria uma laicidade e o fim da hegemonia. A Reforma também contribuiu com novas ideias aos quais: obtenção da salvação exclusivamente pela fé e não mais por meio de intermediários, o sacerdócio universal; pelo qual concede a permissão de qualquer pessoa exercer a função de pregar, a leitura da bíblia, que já estava traduzida para o alemão, a qual trás um fato importante, que é a imprensa de Gutenberg, como consequência então uma pluralidade religiosa²⁶.

Quando se trata do processo de impressões, entre eles os tipos móveis e a tipografia, fala-se de um grande avanço tecnológico que juntamente com o advento do papel, veio tornar possível a grande produção de livros, visto a maneira como eram produzidos anteriormente.

²¹LUTERO, 2014, tese n. 10.

²²LUTERO, 2014, tese n. 12.

²³LUTERO, 2014, tese n. 20.

²⁴LUTERO, 2014, tese n. 25.

²⁵VIEIRA, Paulo Henrique. *A Filosofia política de Martinho Lutero*. Estudos Teológicos, Maringá- PR, v. 42, n. 1, p. 58-80, 2002, p. 61.

²⁶VIEIRA, 2002, p. 77.

Esse novo método se tornou popular no século XVI na Europa, cominando benefícios tais como a redução no tempo de confecção e redução no tempo de produção dos livros.

O nome que se destaca é do alemão Johannes Gensfleisch (c. 1397-1468), o qual tinha como apelido Gutenberg, considerado o pai da imprensa. Sendo natural da Mogúncia, vindo de uma família nobre, era um xilógrafo de primeira, que teve seu início usando a madeira, e logo em seguida o chumbo. No ano de 1440 foi considerado como o ano da invenção da imprensa. A bíblia foi o primeiro livro impresso por Gutenberg, em 1454, ficando conhecida como a bíblia de 42 linhas, visto que as maiorias das suas páginas continham 42 linhas. Sendo impressa em dois volumes e em língua latina, totalizando mil duzentas e oitenta e uma páginas, continha duas colunas e sua tiragem foi de cem exemplares²⁷.

Como resultado, a Reforma Protestante obteve na imprensa tipográfica uma disseminação por toda a Europa, pois os textos dos reformadores eram impressos. Dentre esses reformadores está o francês João Calvino, com sua obra *Institutas*.

O calvinismo mostra em seus ideais uma ética um tanto peculiar, porém com uma grande força reformadora. Segundo Costa, a atenção que os calvinistas reportam à bíblia gera um poderio e dependência total a Deus, refletindo em sua existência, para que tudo que façam glorifique a Deus²⁸.

Para os calvinistas tudo o que acontece no mundo é ordenado de maneira prévia por Deus. Assim sendo, onde estiver presente um calvinista, seja na política, ciências, artes ou economia, a glória de Deus também estará presente e manifesta. Calvino cita que:

E de fato Deus reivindica para si onipotência, e quer que reconheçamos que ela lhe é inerente, não como a imaginam os sofistas, indiferente, ociosa e semi-entorpecida; mas, ao contrário, vigorosa, eficaz, operosa e continuamente voltada à ação; tampouco uma onipotência que seja apenas um princípio geral de movimento indistinto, como se a um rio ordenasse que flua por leito uma vez preestabelecido; mas, antes, de modo que se ajuste a movimentos individuais e distintos. Por isso, pois, ele é tido por Onipotente, não porque de fato possa agir, contudo às vezes cesse e permaneça inativo; ou, por um impulso geral de continuidade ao curso da natureza que prefixou, mas porque, governando céu e terra por sua providência, a tudo regula de tal modo que nada ocorra senão por sua determinação²⁹.

²⁷HERMISTEN, Maia Pereira da Costa. *O Protestantismo e a palavra impressa: Ensaios Introdutórios*. Disponível em: http://www.mackenzie.br/fileadmin/Editora/Ciencias_Religiao/Artigo5-6.2.pdf. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁸COSTA, Hermistem M. P. Trabalho. *Poupança e Fragilidade: Uma análise introdutória da ética de Calvino*. In: III Congresso Internacional de ética e Cidadania, 3, 2007, Rio de Janeiro, Conferência de abertura, Universidade Presbiteriana Mackenzie: Campus Moraes Júnior; set. 2007. P. 39.

²⁹CALVINO, João. *As Institutas: Tratado da Religião Cristã*. volume 1, edição clássica (latim), Tradução de: Waldyr Carvalho Luz, Campinas. s. d. p. 200. Disponível em: http://gephishnop.weebly.com/uploads/2/3/9/6/23969914/as_institutas_ou_tratado_da_religiao_crista.pdf. Acesso em: 10 set. 2016.

Antônio Máspoli introduz uma discussão sobre as aproximações e os distanciamentos do pensamento de João Calvino com a ética protestante de Max Weber. Ele mostra que o comportamento cotidiano exercido diariamente pelos calvinistas mostra semelhanças no que se refere às características do capitalismo descritas por Weber. Máspoli fala que, todas as vezes que o calvinismo mostra os atributos de Deus aos fieis, esses atributos são utilizados em todas as áreas, seja na ética ou na justiça. Mostra também a ideia de amor ao próximo, onde o calvinista manifesta esse amor “por meio do trabalho em favor do bem estar da comunidade”³⁰.

Weber em seu livro *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* discute sobre a relação encontrada entre as primeiras nações capitalistas e suas religiões predominantes, relatando ser em grande maioria protestante. Ele ainda observa que na categoria de trabalhadores especializados e com mais habilidades técnicas, como também em comerciantes e grandes empreendedores, existia uma grande incidência de protestantes³¹.

Intrigado com esses fatos, Weber galga uma caminhada para respondê-los e essa caminhada aponta para alguns elementos da ética protestante, como a vocação, a predestinação e o ascetismo, sendo esses elementos contributivos para o desenvolvimento do capitalismo³².

O pensamento de Weber encontrou através do estudo da ética protestante e principalmente no calvinismo um importante objeto para ser analisado, cominando então, uma discussão sobre as relações entre capitalismo e protestantismo. Já Calvino obteve na imprensa sua chance de disseminar seus ideais, as quais mais tarde serviriam para as análises de Weber. Assim, chega-se às aproximações referentes às buscas das pesquisas, pois, o que seria do calvinismo sem a imprensa? E como ficaria o capitalismo sem o calvinismo?

1.3 Modernidade: racionalização e desencantamento

O racionalismo científico era visto como a aposta de resolução de todas as questões da humanidade, porém não obteve o êxito esperado, visto a derrota no que tange às crises econômicas, ambientais, humanitárias e as grandes guerras. Toda a esperança lançada sobre a ciência através do iluminismo subestima a ciência enquanto um progresso infinito.

³⁰GOMES, A. M. de Araujo. *O pensamento de João Calvino e a Ética Protestante de Max Weber, aproximações e contrastes. Fides Reformata*. São Paulo, v. 7, n. 2, 2002. p. 05.

³¹WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. 14. ed. São Paulo: Pioneira, 1999. p. 12.

³²WEBER, 1999. p. 12.

Para o autor Peter Drucker, a filosofia racionalista trouxe a ideia de que os homens vivos estão associados à perfeição da razão absoluta, permanecendo ainda hoje esse discurso autoritário, mesmo com as mudanças nos personagens hegemônicos, visto sua visão absolutista da ciência e da razão humana através do iluminismo³³.

A religião cristã reformada vislumbra também no racionalismo da modernidade como sendo um campo de influências mútuas, tanto que Max Weber mostra o racionalismo econômico como destaque. Para Weber o racionalismo ocidental só poderia ser explicado em sua essência se antes houvesse o reconhecimento do fator econômico, deixando a mostra que essas condições econômicas são motivos de desentendimentos constante de indivíduos. Porém, o autor pontua que o homem não deixa de basear suas atitudes racionais em sua crença espiritual. Visto isso, ele conclui que: “quando tais tipos de conduta têm sido obstruídos por obstáculos espirituais, o desenvolvimento da conduta econômica racional encontra também séria resistência interna”³⁴, ou seja, segundo Weber a influência religiosa que incide sobre a ética, faz com que a conduta gira em torno dessa religião ocasionando assim conflitos. Quando Weber conceitua “espírito do capitalismo”, propõe um direcionamento no entendimento das relações entre religião reformada e o capitalismo, colocando a margem de estudo o calvinismo como a ramificação do protestantismo que mais influenciou no espírito do capitalismo³⁵.

Por isso quando o autor se refere ao espírito do capitalismo internalizado pelo indivíduo protestante calvinista, fala que essa conduta, mesmo sendo ela a mais simplória, é realizada de maneira a santificá-la, e fazê-la de qualquer maneira, ou até mesmo esquecê-la é vista como uma grande falha no desempenhar do papel de criatura de Deus. Contudo, o autor mostra que o indivíduo tem a riqueza como sinal de predestinação à salvação, visto que o mesmo não se associa com a ambição, ou com a avareza, com gastos desmedidos ou ostentação, sobretudo, sendo esse o tipo ideal de reformador cristão mostrado por Weber³⁶.

O calvinismo mostra uma nova ideia de vocação na religião, levando-a também para o âmbito secular. Toda via faz mister salientar que de acordo com Weber o termo “vocação” não possui nenhuma ligação com idiomas de povos católicos ou povos da Antiguidade

³³DRUCKER, P. F. *O Melhor de Peter Drucker*. Tradução de Maria L. Leite Rosa, Arlete Simille Marques e Edite Seiulli. São Paulo: Nobel, 2002. p. 480.

³⁴WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. 14. ed. São Paulo: Pioneira, 1999. p. 09.

³⁵WEBER, 1999, p. 16.

³⁶WEBER, 1999, p. 29-30.

Clássica, mas é visto em suma na totalidade dos protestantes, tendo então origem na tradução da bíblia de Lutero³⁷.

Outra conduta que se mostra através da Reforma é o asceticismo calvinista, onde pregam o exercício de uma conduta “pura” na vida laica, mas tendo sempre como foco a glória de Deus. Essa conduta afirmava a fé através de sua conduta secular correta, estimulando assim, várias pessoas à conduta ascética³⁸.

Quando se trata do cristianismo reformado do mundo ocidental, Max Weber fala sobre um processo chamado de desencantamento do mundo visto uma atitude racional extremista dos calvinistas em suas atividades religiosas, excluindo então a magia e as superstições. Esse processo de desencantamento como chama Weber, se deu através de um longo período histórico, quando os antigos profetas hebreus juntamente com o pensamento científico helenístico trouxeram uma nova conduta chamada de puritana, que menosprezava qualquer atividade mágica para obtenção da salvação, sendo qualquer vestígio de crenças nesses novos mecanismos sinal de superstição e pecado³⁹.

Assim, através dos estudos de Weber é possível observar uma ligação, como se fosse uma espécie de elo, entre a modernização capitalista e a sociedade ocidental, mostrando sua secularização e seu desencantamento. Contudo os estudos de Weber não nos levam para um fim, mostrando um fato.

Antônio Flávio Pierucci a partir de um referencial weberiano visto ter traduzido os escritos de Weber para a nossa língua materna, aborda sobre secularização:

De acordo com a simplificação que fazem da teoria da secularização atribuída a um Weber evolucionista, a racionalização do Ocidente acabou não se cumprindo da forma linear tal como alegam estaria previsto na teoria weberiana. Mas, convém perguntar, estaria a religião marcada para morrer no capítulo final da ‘grande narrativa’ weberiana do macroprocesso de racionalização ocidental, uma vez secularizado o cristianismo por força do seu próprio desenvolvimento interno, do desdobramento lógico de sua própria imagem de mundo religiosa, vítima da astúcia da introversão religiosa que ele produziu e que acabou dando na razão técnico-científica e tecnocrático funcional? Não, de modo algum (cf. Séguy, 1986). Nunca é demais lembrar que Max Weber sempre foi metateoricamente avesso a previsões fechadas com pretensão monológica no formato teleológico-hegeliano do gênero filosofia da história. Como, então, atribuir-lhe a tese do ‘fim histórico da religião’? Como falar em profecia weberiana não cumprida?⁴⁰

³⁷WEBER, 1999, p. 34.

³⁸WEBER, 1999, p. 54.

³⁹WEBER, 1999, p. 46

⁴⁰PIERUCCI, A. F. *Secularização em Max Weber: Da contemporânea serventia de voltarmos a acessar aquele velho sentido*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 13, n. 37, jun. 1998. p. 5.

Por isso, os escritos e pesquisas de Weber são usados para entender parte da modernidade religiosa, como o crescimento das religiões neopentecostais, de maneira incisiva a Igreja Universal do Reino de Deus, objeto de pesquisa desse trabalho, a qual carrega consigo um empreendimento religioso onde prioriza em suas práticas a prosperidade financeira, o exorcismo e outros discursos cheios de elementos mágicos. Sendo assim ser por esses motivos que a Igreja Universal do Reino de Deus cada vez mais alcança êxito e progresso financeiro, gerando a questão para alguns pesquisadores de secularização⁴¹, permeando toda a discussão sobre o conceito da palavra, porém não cabendo a esse momento tal discussão.

Desse modo, faz mister salientar as considerações do professor e pesquisador Eduardo Refkalefsky, que analisa o crescimento do neopentecostalismo direcionando essa análise para as relações entre a religião e o consumo, indicando também uma notável influência dada às mudanças culturais no comportamento religioso, indo de encontro à ideia de retratação do processo de secularização. O pesquisador ainda pondera que a crescente expansão religiosa dos últimos anos não está firmada em conteúdos teológicos ou tão pouco espirituais, estando esses conteúdos fundamentados em uma lógica de consumo, na qual há uma mercantilização do sagrado e o evangelho da cruz, onde a busca pela vida eterna é simplesmente trocada pela busca ao consumismo⁴².

Contudo a religião é retirada do espaço público e permanece agora na consciência particular, pois perdeu o seu lugar principal, entrando em cena o conhecimento laico-científico, como sendo agora a fonte de toda a explicação da vida e suas várias facetas, passando apenas ao interesse individual. Assim, esse espaço particular que a religião ocupa no indivíduo acaba transformando-se em um meio de realização própria e consumo, onde o que domina são as regras do mercado⁴³.

1.4 Mercado Religioso do Brasil: desregulação, liberdade, pluralismo e concorrência

Após um longo período de lentidão nos avanços que remetem à primeira constituição da República, com data de 1824, houve a separação entre o estado brasileiro e a Igreja

⁴¹MARTELLI, Stefano. *A religião na sociedade pós-moderna: entre secularização e dessecularização*. São Paulo: Paulinas, 1995. p. 18

⁴²REFKALEFSKY, Eduardo. et al. *Comunicação, marketing e religião: o mercado da fé no Brasil*. In: Mesa apresentada no Multicom, Colóquios Multitemáticos em Comunicação no XXIX Intercom, *Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Comunicação*, UnB, Brasília (DF), set. 2006. p. 2.

⁴³REFKALEFSKY, 2006, p. 2.

Católica, sendo dada abertura para outras formas de religiões, para diferentes formatos de cultos e expressão do religioso, tornando-se um cenário como o de hoje, efervescente e dinâmico⁴⁴.

Segundo Antônio Flávio Pierucci, o grande êxito da modernidade religiosa alcançado pelo Brasil, se deu devido ao desestabelecimento da religião católica⁴⁵. Pierucci denomina como efervescência religiosa a ascensão da liberdade religiosa, visto o tema ter tomado grandes proporções na esfera pública, fato que pode ser ligado principalmente à “paulatina desregulação jurídico-estatal da vida religiosa”⁴⁶, como também a “abolição de toda e qualquer reserva de mercado religioso”⁴⁷. Em sua análise, o autor faz uma relação entre liberdade religiosa e pluralismo religioso. Ele nota que quanto maior a diversidade religiosa, maior será a autonomia da sociedade de frente ao Estado para que o mesmo não interfira no campo do religioso, com mais liberdade religiosa e menos autonomia estatal. É nesse cenário que o mercado religioso, assim como os de bens simbólicos, ganham forças e concorrências⁴⁸.

Mariano, em concordância com Pierucci no que tange a ideia de que o aumento das ofertas e concorrências religiosas geram estreitas relações com a desregulação do mercado:

No caso brasileiro, a ampla liberdade religiosa resultante da secularização do Estado está na raiz da desmonopolização religiosa, da formação e expansão do pluralismo religioso e, por consequência, do acirramento da concorrência religiosa. Isto é, a concessão de liberdade religiosa e a separação Igreja-Estado romperam definitivamente o monopólio católico, abrindo caminho para que outros grupos religiosos pudessem ingressar e se formar no país, disputar e conquistar novos espaços na sociedade, adquirir legitimidade social e consolidar sua presença institucional. Fenômeno que não ocorreu do dia para a noite, mas paulatinamente e aos tropeços. A perseguição policial aos cultos afro-brasileiros efetuada até os anos 50 atesta a longa via-crúcis percorrida pela liberdade religiosa no país. De todo modo, atualmente o Estado brasileiro trata de modo isonômico, pelo menos no plano jurídico, os diferentes grupos religiosos⁴⁹.

⁴⁴PIERUCCI, A. F. *Balanço do Século XX Paradigmas do Século XXI: Sociedade contemporânea*. Documentário gravado no Espaço Cultural CPFL – Campinas em 11 de maio de 2004. TV Cultura. Disponível em: <http://www.cpficultura.com.br/wp/2008/12/30/religiosidade-racionalizacao-e-desencantamento/>. Acesso em 24 ago. 2016.

⁴⁵PIERUCCI, A. F. *Balanço do Século XX Paradigmas do Século XXI: Sociedade contemporânea*. Documentário gravado no Espaço Cultural CPFL – Campinas em 11 de maio de 2004. TV Cultura. Disponível em: <http://www.cpficultura.com.br/wp/2008/12/30/religiosidade-racionalizacao-e-desencantamento/>. Acesso em 24 ago. 2016.

⁴⁶CITELI, M. T.; ROSADO, M. J. *Conversa com Antônio Flávio Pierucci*. Rever, São Paulo, ano 13, n. 2, jul./dez. 2013. p. 14.

⁴⁷CITELI; ROSADO, 2013, p. 14.

⁴⁸PIERUCCI, A. F. *Balanço do Século XX Paradigmas do Século XXI: Sociedade contemporânea*. Documentário gravado no Espaço Cultural CPFL – Campinas em 11 de maio de 2004. TV Cultura. Disponível em: <http://www.cpficultura.com.br/wp/2008/12/30/religiosidade-racionalizacao-e-desencantamento/>>>. Acesso em 24 ago. 2016.

⁴⁹MARIANO, 2003, p. 112-113.

Há uma dinâmica no mercado à medida que os ofertantes de maneira estratégicas atraem e convencem seus adeptos, querendo alcançar seu *market share*⁵⁰. Já a empresa que é líder no mercado buscará responder com estratégias, realizando um ciclo renovável, visto que quem se destaca, ou seja, ou quem é mais competente, é aquele que consegue transmitir com êxito a mensagem de que seu produto e seu custo benefício é mais atrativo, e consequentemente maiores números de clientes. Dessa maneira, o aumento da religiosidade brasileira pode ser creditado, em parte, pela mobilização dos profissionais/liderança, que usam estratégias do marketing como recurso dessa administração⁵¹.

Mariano ainda destaca as ideias de Rodney Stark e Laurence Ianncone⁵², quando eles pontuam que “a participação religiosa é mais alta onde um número proporcionalmente maior de empresas religiosas competem”. Para os autores, quando se há monopólio religioso se nota uma perda no pluralismo religioso. Eles explicam que para garantir um ambiente religioso diversificado, com grandes ofertas religiosas, esses ambientes precisam se submeter a uma desmonopolização no campo religioso. Visto isso, nesse contexto às instituições precisam concorrer e expandir-se para que ao menos sobrevivam a esse mercado tão acirrado. Por esse motivo também concluem que muitas religiões estão estimulando proselitismo através de um ativismo e de militâncias de seus integrantes⁵³.

Outro que colabora com o tema é Peter Berger, pontuando que na modernidade o pluralismo impõe à religião uma situação de mercado. Ele discursa que as religiões que antes eram dominantes, que monopolizavam, ora não recebem mais do governo privilégios e até mesmo a população não se submete mais a esse monopólio. O cidadão agora de maneira voluntária escolhe a sua religião, gerando certa instabilidade. Todavia, a religião que anteriormente era imposta de maneira formal, agora não mais, compõe várias opções de mercado. O autor corrobora, “a situação pluralista é, acima de tudo, uma situação de mercado”, onde as religiões aparecem como empresas e suas tradições ofertadas como produtos de consumo⁵⁴.

Pierucci acredita que o cenário atual requer profissionais/lideranças religiosas com um caráter empreendedor capaz de se destacar no mercado religioso⁵⁵.

⁵⁰Em *Marketing: Fatia, Quota ou Participação no Mercado*.

⁵¹MARIANO, 2003, p. 112-113.

⁵²MARIANO, 2011, p. 28.

⁵³MARIANO, 2011, p. 28.

⁵⁴BERGER, 1985, p. 149.

⁵⁵PIERUCCI, A. F. *Balanço do Século XX Paradigmas do Século XXI: Sociedade contemporânea*. Documentário gravado no Espaço Cultural CPFL – Campinas em 11 de maio de 2004. TV Cultura. Disponível em: <http://www.cpflicultura.com.br/wp/2008/12/30/religiosidade-racionalizacao-e-desencantamento>. Acesso em 24 ago. 2016.

Já Schumpeter discursa como característica principal de um empreendedor capaz de revolucionar a lógica de produção, inovando em produtos e em serviço⁵⁶. Ele ainda pontua que:

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor⁵⁷.

Outro autor que se posiciona também é Souza quando diz sobre o empreendedorismo neopentecostal, onde mostra apontamentos sobre questões religiosas e racionalidade econômica, denominando como “as faces mais visíveis da influencia religiosa sobre o empreendedorismo econômico”. Carregando consigo exemplos do cruzamento religião e economia tais como a associação dos empresários evangélicos⁵⁸, nas empresas de marketing e mídia⁵⁹, de redes de televisão e rádio tendo como proprietários igrejas⁶⁰, em formas administrativas de certas igrejas pentecostais⁶¹ e por fim do alto nível de formação profissional dos pastores evangélicos⁶². A partir das colocações acima, observa-se que a IURD, o interesse central desse trabalho, captou na essência de Pierucci no que tange ao desenvolvimento e competência, e a sugestão de Schumpeter, revolucionando a lógica de produção e inovando em produtos.

Já o autor Ricardo Mariano relata o que chama de “efeitos da secularização do Estado brasileiro e da consolidação do pluralismo e do mercado religiosos sobre o pentecostalismo”. O mercado religioso, a secularização e o pluralismo trouxeram a necessidade ao pentecostalismo de associar em suas ações práticas de gestões administrativas e financeiras,

⁵⁶SCHUMPETER, 1952, p. 72. *apud* BISPO, C. S., et al. *Empreendedorismo e Inovação*. Instituto Baiano de Ensino Superior IBES. Disponível em: http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf. Acesso em: 06 abr. 2016.

⁵⁷SCHUMPETER, 1952, p. 72. *apud* BISPO, C. S., et al. *Empreendedorismo e Inovação*. Instituto Baiano de Ensino Superior IBES. Disponível em: http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf. Acesso em: 06 abr. 2016.

⁵⁸CAMPÁ, Wania Amélia B. M. *Homens de negócios, homens de fé: novas formas de participação religiosa*. Dissertação (Mestrado em sociologia). PPGS/IUPERJ, Rio de Janeiro, 1998.

⁵⁹SOUZA, André Ricardo de. *Igreja in concert: padres cantores, mídia e marketing*. São Paulo: Annablume e FAPESP, 2005.

⁶⁰SOUZA, André Ricardo de. *As investidas católicas na mídia*. REVER, São Paulo, v. 9, p. 27-45, 2008. e CAMPOS, L. S. *Evangélicos e mídia no Brasil: uma história de acertos e desacertos*. REVER, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 1-26, 2008. Respectivamente.

⁶¹CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio Editora e UMESP, 1997. ORO Ari Pedro; CORTEN, André; DOZON, Jean Pierre (Orgs.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.

⁶²CAMPOS, Leonildo Silveira. *Profissionalização do Pastor Protestante*. Teoria e Pesquisa, São Carlos, n. 40/41, p. 73-106, jun./jul. 2002.

centralizações das decisões, qualificação administrativa, uso do marketing e metas de produtividades para pastores e bispos, e vendas de produtos e serviços mágicos, sob a pena de perder o seu lugar no mercado religioso brasileiro⁶³.

Na mesma obra salientada acima, Mariano corrobora em análise ao período pluralista e sua consolidação, o fortalecimento da lógica de mercado começou a direcionar as decisões organizacionais religiosas, sobremaneira nas igrejas pentecostais⁶⁴.

E por fim no que tange o nosso objeto de trabalho, a IURD, é notável a presença das técnicas administrativas gestacionais e financeiras centralizadas na mesma, como também a venda de produtos mágicos e seu vasto nicho no mercado religioso brasileiro, a presença de um forte trabalho de marketing, um estímulo ao empreendedorismo econômico, o enfoque ao espetáculo em redes sociais, uma evasiva retórica de autopromoção e persuasão, e por fim uma política de participação nos lucros da instituição entre outros. Tudo com o objetivo de se manter viva nesse mercado religioso acirrado e também para garantir sua expansão.

1.5 Resumo

O primeiro capítulo desse trabalho teve por objetivo mostrar como se deu a construção do mercado religioso e a pluralidade religiosa. Em primeira análise foi tratado à quebra do monopólio da Igreja Católica e a separação da Igreja Estado, gerando assim um novo conceito, chamado aqui de laicidade, sendo essas ideias tratadas juntamente com Ranquetat. Com essa separação entre poder político e religioso, houve a abertura para modernidade, assunto também abordado. Em seguida, foi apresentada a Reforma Protestante e sua construção na expansão do protestantismo e de suas práticas de mercado, juntamente com essa modernização foi exposta a discussão dos efeitos da racionalização e do desencantamento e por fim, em um contexto de liberdade e pluralidade religiosas, foi vista uma acirrada concorrência, onde os agentes ofertantes buscam a qualquer custo seu fiel/cliente, investindo então cada vez mais em bens/serviços e na arte do convencimento, fazendo com que esses fieis/clientes precisem do produto ofertado e o mesmo venha levar satisfação aos fieis/clientes. Por isso a expansão do capitalismo e sua inserção na religião mostrada nesse trabalho, motiva a analisar o seu propósito de estudo: a Igreja Universal do Reino de Deus, que será feito no capítulo posterior, traçando desde seu início, sua trajetória, sua teologia da prosperidade e por fim sua prática mercadológica através de sacrifícios. O

⁶³MARIANO, 2003, p. 111-112.

⁶⁴MARIANO, 2003, p. 115.

próximo capítulo trará de forma mais detalhada o estudo da Igreja Universal do Reino de Deus e suas práticas mercadológicas.



2. PROTESTANTISMO BRASILEIRO: SOBRE UMA ÓTICA PENTECOSTAL E NEOPENTECOSTAL

Durante todo o período colonial e imperial, o Brasil foi um território de maneira oficial católico apostólico romano. Todo esse período hegemônico trouxe no campo do religioso uma grande influência na vida dos cidadãos aqui nascidos ou imigrados. Assim sendo, os imigrantes, assegurados pelo padroado, exerciam poder sobre a esfera pública. Nesse período, a religião, de certa maneira, constituía um elemento de identidade nacional.

Rodrigues e Souza Jr., com um olhar sobre a discursão entre o movimento migratório e o pentecostalismo.

Desde sua fundação, o Brasil teve o catolicismo como religião oficial, admitindo somente a imigração daqueles que se declarassem católicos, exigindo que indivíduos de outras confissões religiosas, como judeus e africanos fossem batizados para poderem se estabelecer no território nacional. Durante muito tempo nacionalidade e opção religiosa estiveram intrinsecamente ligadas e, com isso, os membros do clero eram funcionários públicos e o juramento católico era incutido em toda colação de grau de nível superior. Segundo José Oscar Beozzo (2000:109), a conversão das populações pagãs ao catolicismo era obrigatória, se impondo, mais do que o casamento entre igreja e estado, uma 'definição de cidadania'. Para o autor, 'um súdito do Estado deve necessariamente tornar-se fiel da igreja', o que reforça que a religião estava presente não só na administração e na vida política da Colônia, mas interferia em todas as esferas sociais⁶⁵.

Ainda no período do império, pode ser observado que o catolicismo começa a perder forças; e, determinados segmentos da sociedade brasileira, como correntes liberais, positivistas e republicanas, vislumbram no catolicismo, "ao lado do ex-colonialismo predatório, do analfabetismo, da mistura racial e da escravidão"⁶⁶, sendo visto como as causas centrais para o subdesenvolvimento social e econômico do Brasil e da América Latina.

A partir desse momento há um novo olhar sobre as missões evangélicas. Mais tarde, com a proclamação da República em 1889 e 1890 deu-se início a um processo de separação, que, de maneira oficial, pôs fim ao longo monopólio religioso da Igreja Católica no Brasil⁶⁷. Desde então, o percentual de católicos vem reduzindo na população brasileira, principalmente nas últimas décadas.

Ao longo dos anos foi possível observar a diminuição dos indivíduos que se autodenominavam católicos. A Igreja Católica perde espaço desde os registros dos primeiros censos, datados de 1872 a 1970. Porém, de maneira curiosa, as perdas mais notórias se deram

⁶⁵RODRIGUES; SOUZA JUNIOR, 2008, p. 113.

⁶⁶RODRIGUES; SOUZA JUNIOR, 2008, p. 114.

⁶⁷RODRIGUES; SOUZA JUNIOR, 2008, p. 114.

nos últimos 30 anos, período de florescimento do neopentecostalismo e, sobretudo com a presença da Igreja Universal do Reino de Deus⁶⁸.

2.1 Surgimento do pentecostalismo e neopentecostalismo

Os evangélicos estão se desenvolvendo a grandes passos no território brasileiro, todavia, cabe à ressalva de esclarecimento do uso dos termos evangélico, protestantismo histórico e pentecostal/neopentecostal, visto a não criar dúvidas ao logo do trabalho, de tal modo que será utilizada, como nota explicativa, o autor Ricardo Mariano.

O autor mostra que a palavra evangélico abrange dentro de um campo religioso as denominações cristãs que surgiram ou são descendentes da Reforma Protestante. De tal modo, que o termo retrata tanto as igrejas protestantes históricas, por exemplo: Anglicana, Batista, Congregacional, Luterana, Metodista e Presbiteriana, abrangendo também as pentecostais como: Assembleia de Deus, Brasil para Cristo, Deus é Amor, Evangelho Quadrangular, Universal do Reino de Deus, dentre outras.

Mariano pontua que, há grandes diferenças entre o protestantismo e o pentecostalismo. Tendo como origem nos Estados Unidos da América no século XX, o pentecostalismo de maneira geral caracteriza-se pelo discurso baseado nos textos bíblicos de Joel 2:38⁶⁹, Atos 8⁷⁰ e Atos 2⁷¹ e pelas manifestações de glossolalia (dons de línguas), de cura, do batismo e manifestação do Espírito Santo e dons de profecia⁷².

Quando se fala de pentecostalismo no Brasil, enxergar-se uma série de movimentos e acontecimentos. Fala-se de um pentecostalismo dinâmico, que é um pentecostalismo global e multifacetado⁷³.

⁶⁸Centro Brasileiro de Análise e Planejamento. Disponível em: <http://beta.cebrap.org.br/v3/>. Acesso em 16 jun. 2016.

⁶⁹“E disse-lhes Pedro: Arrependei-vos, e cada um de vós seja batizado em nome de Jesus Cristo, para perdão dos pecados; e recebereis o dom do Espírito Santo;” Bíblia *on line*. Disponível em: <https://www.bibliaonline.com.br/acf/atos/2>. Acesso em 21 set.2016.

⁷⁰“Mas recebereis a virtude do Espírito Santo, que há de vir sobre vós; e ser-me-eis testemunhas, tanto em Jerusalém como em toda a Judéia e Samaria, e até aos confins da terra.” Bíblia *on line*. Disponível em: <https://www.bibliaonline.com.br/acf/atos/1> . Acesso em: 21 set. 2016.

⁷¹“E, cumprindo-se o dia de Pentecostes, estavam todos concordemente no mesmo lugar; E de repente veio do céu um som, como de um vento veemente e impetuoso, e encheu toda a casa em que estavam assentados. E foram vistas por eles línguas repartidas, como que de fogo, as quais pousaram sobre cada um deles [...]” Bíblia *on line*. Disponível em: <https://www.bibliaonline.com.br/acf/atos/2>. Acesso em 21 set. 2016.

⁷²MARIANO, 1996b, p. 25.

⁷³BLEDSOE, David Allen. *Movimento Neopentecostal Brasileiros*. São Paulo, Hagnos, 2012.

No primeiro decênio do século XX começou-se a propagar e espalhar o pentecostalismo brasileiro em duas regiões diferentes. No sudeste do país, Louis Francescon, um italiano, estabeleceu sua base, e de maneira simultânea, dois suecos, Daniel Berg e Gunnar Vingren, se instalaram no norte do país. Ambos os missionários não tiveram por semelhança apenas o período de estabelecimento no Brasil, mas também a origem da igreja, visto que os mesmos frequentaram a mesma congregação em Chicago, onde se era pregado à mensagem do pentecostalismo por William H. Durham⁷⁴, tendo isso impactado os fundadores de duas das maiores denominações pentecostais no Brasil⁷⁵.

Segundo Freston, o primeiro estudioso a dividir o pentecostalismo através de um corte histórico-institucional, o pentecostalismo aparece em três ondas:

O pentecostalismo brasileiro pode ser compreendido como a história das três ondas de implantação de igrejas. A primeira onde é a década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembléia de Deus (1911). (...) A segunda onda pentecostal é dos anos 50 e início de 60, na qual o campo pentecostal se fragmenta, a relação com a sociedade se dinamiza e três grandes grupos (em meio a dezenas de menores) surgem: a Quadrangular (1951), Brasil Para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962). O contexto dessa pulverização é paulista. A terceira onda começa no final dos anos 70 e ganha força nos 80. Suas principais representantes são a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980)⁷⁶.

Outro autor que analisa o pentecostalismo é Ricardo Mariano, porém com uma nomenclatura diferente de Freston. Mariano ressalta sobre o pentecostalismo clássico que perdura desde 1910 até 1950, período onde a religião é implantada no país com as igrejas: Congregação do Brasil (São Paulo 1910) e da Assembleia de Deus (Belém, 1911). Ambas em seu início eram compostas por pessoas de baixa remuneração e de baixa escolaridade, sendo totalmente discriminadas por protestantes históricos e pela Igreja Católica. As duas Igrejas caracterizavam-se por uma pregação anticatólica, por enfatizar o dom de línguas e de menosprezar os prazeres do mundo exterior. É possível observar que o perfil dessas igrejas sofreu uma mudança parcial, visto que ainda abrigam pessoas pobres e de baixa escolaridade, sobretudo já se pode contar com um setor de classe média e até empresários. Apesar de serem centenárias, ainda mantém em suas raízes seu tradicionalismo⁷⁷.

Na década de 50, na cidade de São Paulo, teve-se início a segunda onda do pentecostalismo brasileiro. Os ex-atores Harold Williams e Raymond Boatright, que eram

⁷⁴BLEDSON, 2012, pág. 26.

⁷⁵ROMEIRO, 2005. *Decepcionados com a Graça: esperanças e frustrações no Brasil*. São Paulo: Mundo Cristão.

⁷⁶FRESTON, Paul. *Breve história do pentecostalismo brasileiro*. Em: ANTONIAZZI, Alberto et al. *Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo*. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994, p. 70.

⁷⁷MARIANO. 2005, p. 30.

vinculados a Church of The Foursquare Gospel, chegaram com uma mensagem de cura divina, mensagem essa que se difundiu pelas rádios, consolidando então um evangelismo de massa. Estavam à frente da Cruzada Nacional de Evangelização, movimento que centralizou multidões de pessoas em estádios, ginásios de esportes e teatros, com um discurso persuasivo, provocou a fragmentação denominacional no pentecostalismo brasileiro, que até no momento só se contava com as igrejas Brasil para Cristo (SP, 1955), Deus é Amor (SP, 1962), Casa de Bênção (BH, 1964), dentre outras igrejas de menor porte⁷⁸.

Haja vista que os quarenta anos que se separam a primeira e a segunda onda do pentecostalismo brasileiro distinguem-se apenas nas ênfases dadas aos dons espirituais, visto que a chamada primeira onda realça o dom de línguas e a segunda onda a cura. Sendo assim, Mariano salienta que:

Tendo em conta que a segunda onda mantém o núcleo teológico do pentecostalismo clássico, mas se estabelece quarenta anos depois e com distinções evangelísticas e ênfases doutrinárias próprias, optamos por renomeá-la de deuteropentecostalismo. O radical deuter (presente no título do quinto livro do pentateuco), significa segundo ou segunda vez, sentido que torna muito apropriado para nomear a segunda vertente do pentecostalismo. Temos, assim, primeiro o pentecostalismo clássico, seguido do deuteropentecostalismo⁷⁹.

Entretanto quando se fala do movimento de segunda onda, vemos a expansão na cidade de São Paulo.

A partir do final da década de 70 se instaura a terceira onda do pentecostalismo, dando continuidades e descontinuidades a esse processo. As igrejas que seguem essa onda são as igrejas que mais se destacam no que tange a crescimento no âmbito do evangelicalismo brasileiro⁸⁰.

O neopentecostalismo na terceira onda emerge e se espalha na cidade do Rio de Janeiro, com o início de uma das maiores Igrejas dessa onda e objeto desse estudo IURD. Porém não é um papel fácil determinar com exatidão os seguidores do neopentecostalismo, visto que a terceira onda é considerada um movimento e não está de maneira exclusiva ligada a uma determinada denominação⁸¹.

Ainda sobre o início da terceira onda na cidade do Rio de Janeiro, Freston diz que:

Em contraste com a segunda onda de igrejas paulistanas fundadas por migrantes de nível cultural simples, a terceira onda é sobretudo de igrejas cariocas fundadas por pessoas cidadinas de nível cultural um pouco mais elevado e pele mais clara. Cita três igrejas: Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça de Deus e Cristo

⁷⁸MARIANO. 2005, p. 31.

⁷⁹MARIANO. 2005, p. 32.

⁸⁰PEREIRA, C & Linhares, J 2006. *Os novos pastores*. Veja (12 de julho), p. 78.

⁸¹BLEDSOE, 2012, p. 41.

Vive, cujos líderes Edir Macedo, R.R Soares e Miguel Ângelo, respectivamente foram membros da Nova Vida, denominação pouco legalista e de membresia de classe baixa, na qual fizeram estágio. Analisa apenas a Universal. Esta igreja, segundo ele, é mais liberal em áreas como vestuários e embelezamento femininos, características que combinam com seu relativo não-sectarismo. As igrejas da terceira onda enfatizam a libertação dos demônios, enquanto a primeira onda privilegia os dons de línguas estranhas e a segunda, a cura divina. Tal ênfase nos rituais de exorcismo e o repúdio a umbanda acarretam ataques aos cultos afro-brasileiros, dos quais procurar libertar fieis e clientes. A Universal está entre as principais divulgadoras entre os pobres da Teologia da Prosperidade, rejeitando o ascetismo pentecostal tradicional. Seu líder, Edir Macedo, bom administrador, adotaria uma conceito arrojado de missão religiosa, ao colocar todo o seu império político a serviço do crescimento eclesiástico. (ou será o contrário?)⁸²

Mariano ainda mostra que há duas problemáticas à distintividade teológica dos neopentecostais. Em primeiro lugar não há homogeneidade teológica entre os neopentecostais, visto que cada líder defende um ponto de vista teológico diferente. Exemplos disso serão vistos nos discursos de alguns líderes religiosos neopentecostais como Valnice Milhomens, da Igreja Nacional do Senhor Jesus Cristo, que defende a teoria sabatista; Miguel Ângelo de Cristo Vive, defende a doutrina calvinista e é contra o batismo nas águas e Edir Macedo líder da IURD, é contra a queda no Espírito Santo, sendo retratado por ele como manifestação demoníaca. O segundo problema encontrado no meio neopentecostal é a influência exercida por essas igrejas sobre outras igrejas neopentecostais, devido a sua comunicação em massa, visto isso essas igrejas de menor porte absorverem e ainda reproduzirem essas novas crenças, gerando então um processo de neopentecostalização, como salienta Mariano ⁸³.

Cabe salientar ainda a colocação de Oro no diz respeito ao neopentecostalismo visto através da IURD:

Oro afirma que:

As igrejas neopentecostais são autóctones, tem líderes fortes e pouca inclinação à tolerância e ao ecumenismo, opõem-se aos cultos afro-brasileiros, estimulam a expressividade emocional, utilizam muito o meio de comunicação de massa, enfatizam rituais de cura e exorcismo, estruturam-se empresarialmente, adotam técnicas de marketing e retiram dinheiro dos fiéis ao colocar no mercado religioso serviços e bens simbólicos que são adquiridos mediante pagamento⁸⁴.

Contudo se insere uma tarefa muito desafiadora definir o neopentecostalismo brasileiro, visto sua teologia nada homogênea. Todavia essas igrejas da terceira onda tendem a diversificar o pentecostalismo iniciado pela segunda onda e também pelas igrejas reformadas.

⁸²FRESTON, 1994, p. 72.

⁸³MARIANO, 2005, p. 38.

⁸⁴ORO, Ari Pedro. *Neopentecostais e Afro-brasileiros: quem vencerá esta guerra?* Debates do NER, Porto Alegre, ano 1, n. 1, p. 10-36, nov. 1997.

Em contra partida, suas estruturas eclesiásticas, seus discursos teológicos, suas características como um todo distingue-se sobremaneira do neopentecostalismo dos períodos iniciais. Entretanto, o neopentecostalismo leva em seu cerne uma nova forma de religião, trazendo para si não apenas os marginalizados, os poucos escolarizados, as pessoas de pele mais escura, esse neopentecostalismo está carregando com ele uma nova classe social, de empresários, de classe média, visto seu principal discurso com ênfase principalmente na prosperidade pessoal aqui e agora e no imediatismo material, substituindo então a tradicional mensagem pentecostal de línguas estranhas, moralidade pietista muito rígida, do evangelho da cruz e da segunda volta de Jesus, se afastando totalmente da teologia vivida pelas ondas anteriores⁸⁵.

Discorre-se nesse tópico sobre as mudanças ocorridas ao longo do tempo e o aparecimento de novas práticas pentecostais e o florescimento da IURD, tópico que será abrangido a seguir.

2.2 Trajetória histórica da IURD

A Igreja Universal do Reino de Deus tem se destacado em relação às denominações neopentecostais, no que se refere ao mercado religioso brasileiro, principalmente pela sua maestria na eficácia de estratégias de marketing e comunicação social, que juntamente ligada a outros fatores determinam a sua liderança em relação à oferta de serviços mágicos/religiosos. Surgiu em uma sala de ex-funerária, na zona norte, subúrbio do Rio de Janeiro, no bairro chamado Abolição, não gerando muitas expectativas, assim como os outros grupos pentecostais, porém não foi assim que essa igreja se fez e faz na história. Tendo como principal líder Edir Bezerra Macedo, nascido em 1945, no mês de fevereiro, na cidade de Rio das Flores, região fluminense do estado do Rio de Janeiro, advindo de uma família humilde e de migrantes. Com 17 anos de idade começou a trabalhar como servente de uma lotérica e no ano de 1977, chegou a exercer a função de agente administrativo, porém se desligou quatro anos depois. Ainda nos anos 70, Macedo frequentou uma instituição de ensino superior, cursando as matérias de matemática e estatísticas, mas ambas sem conclusão⁸⁶.

⁸⁵BLEDSOE, 2012, p. 42 e 43.

⁸⁶MARIANO, 2005, p. 54.

Sobre a sua conversão, frequentou a Igreja Católica e a umbanda, mostrando seu testemunho através de uma entrevista dada ao jornal Folha de São Paulo, entrevista essa como Mariano mostra estereotipada e comumente citada por fieis em suas também conversões⁸⁷.

Eu era uma pessoa triste, deprimida, angustiada. No fundo do poço busquei ajuda a Igreja Católica e só encontrei um Cristo morto. Aquilo não satisfez o meu coração parti para o espiritismo, mas as ideias que aí encontrei não se coadunavam com as minhas. Então, um dia, tive esse encontro pessoal com Deus (...). Estava em uma reunião pública, de evangelistas, na sede da Associação Brasileira de Imprensa, no Rio. As pessoas cantavam, de repente, desceu uma coisa sobre a nossa cabeça, nosso corpo, como se estivéssemos sendo jogados debaixo de um chuveiro. Foi algo ao mesmo tempo físico e espiritual, abstrato e concreto. Pude me ver como realmente era, e eu me via como se estivesse descendo ao inferno. Caí em prantos. Então a mesma presença me apontou Jesus. Foi quando nos convertemos e nos entregamos de corpo, alma e espírito⁸⁸.

Frequentou durante doze anos a igreja Nova Vida, conhecendo-a depois da experiência de uma irmã que foi curada de um câncer através dessa igreja. Tinha como líder o missionário canadense Bispo Robert McAlinster, que viera de uma separação da Assembleia de Deus em 1960, sendo a pioneira no que tange ao episcopado nas igrejas evangélicas no Brasil e também destaca-se pelo seu forte investimento midiático⁸⁹.

Decepcionando-se com a igreja Nova Vida, visto a falta de apoio ao evangelismo e por conta de seu elitismo, Macedo se desvinculou com a instituição e partiu para como diz Mariano, voos mais altos⁹⁰. Juntamente com os irmãos Samuel e Fidélis Coutinho, Roberto Augusto Lopes e seu cunhado, Romildo Ribeiro Soares, Macedo funda a Cruzada do Caminho Eterno, antes mesmo de sua inauguração Romildo e Macedo são consagrados ao ministério pastoral pela Casa de Bênção, através do missionário Cecílio Carvalho Fernandes⁹¹.

Porém, dois anos após a fundação da Cruzada do Caminho Eterno, Edir Macedo, Romildo Ribeiro e Roberto Lopes se desentendem com os irmãos Coutinho e fundam em 1977, no dia 9 de julho a Igreja Universal do Reino de Deus. No início Romildo Soares era o pregador e o líder principal da Igreja Universal, porém não suportando a pressão e gênio forte e centralizador de Macedo, Romildo Soares progressivamente foi se afastando, e Macedo cada vez mais crescendo entre o carisma dos fieis, sendo esse crescimento proporcionado através de um programa apresentado em uma rádio, espaço esse conseguido através da doação

⁸⁷MARIANO, 2005, p.55.

⁸⁸Folha de S. Paulo, 20/6/91, *apud*. MARIANO, 2005, p.55.

⁸⁹FRESTON, Paul. *Evangélicos na política brasileira: História ambígua e desafio ético*. Curitiba, Encontrão Editora, 1994.

⁹⁰MARIANO, 2005, p.55.

⁹¹Cecílio Carvalho Fernandes separou-se da Casa da Bênção em 1991, ano em que fundou o Templo da Bênção (Missão Apostólica Milagres da Fé), também no Rio de Janeiro, *apud*. MARIANO, 2005, p. 55

de uma fiel que acreditava ter sido curada pela igreja, na cidade metropolitana do Rio onde tinha a duração de 15 minutos fazendo com que Macedo se alto promovesse ⁹².

Por fim no final dos anos 70, já estava instaurado todo o mal estar na relação Macedo e Romildo, então Macedo propõe que a disputa pela direção da Igreja Universal fosse feita através de votação do presbitério, resultando então dessa disputa Macedo como o vencedor. Saindo então Soares da Universal e recebendo toda a recompensa financeira devida, funda em 1980 a Igreja Internacional da Graça de Deus. Macedo tornou-se então absoluto na Igreja Universal, adotando o governo eclesiástico episcopal, sendo então “bispo primaz” tendo o cargo vitalício de “secretário geral do presbitério”, cargo esse o mais elevado da denominação⁹³.

Roberto Lopes também rompeu com Macedo e voltou às origens, a Igreja Nova Vida. Sua saída não foi tranquila, visto a entrevista dada ao Jornal da Tarde, “a visão de Macedo, hoje, é só empresarial e mercantilista. Do que ele era quando a igreja começou, não restou nada” ⁹⁴.

Edir Macedo no ano de 1989 conseguiu todos os holofotes nacionais, quando anunciou a compra da Rede Record de Rádio e Televisão, investimento esse que lhe custou inicialmente \$ 45 milhões⁹⁵. Apesar de toda a aquisição, no ano seguinte a IURD foi cenário de muitos escândalos. Um dos líderes no Nordeste, Carlos Magno de Miranda, proferiu acusações a Edir Macedo de sonegação de impostos, e envio de dólares e ouro de forma ilegal para fora do país e também o acusou de estar participando do narcotráfico⁹⁶. A mídia, que mantinha os holofotes para Macedo, fez com que essa notícia tomasse proporções ainda maiores. Macedo passou a ser investigado pela Justiça e Receita Federal, sendo também chamado a depor na Polícia Federal. Foi condenado a pagar em 1995 um valor de cinco milhões de reais, visto a sonegação fiscal no que tange a compra da Rede Record em 1990⁹⁷.

Não obstante o escândalo ocorrido em 90, em maio de 1992 Edir Macedo foi detido com a acusação de charlatanismo, curandeirismo e estelionato. Ficando 12 dias encarcerado

⁹² Informações fornecidas por Roberto Augusto Lopes ao Jornal da Tarde de 9.4.91, confirmada por ex-pastor da Universal e pelo líder da Internacional da Graça de Deus, em São Paulo, *apud*. MARIANO, 2005, p.56.

⁹³MARIANO, 2005, P. 56.

⁹⁴Jornal da Tarde, 2.4.91, *apud*, MARIANO 2005, p. 56.

⁹⁵Estima-se que a aquisição da Rede Record de televisão, com cerca de 30 emissoras de TV e a montagem de uma rede de rádio tenha custado à IURD mais de 200 milhões de dólares, além dos 45 milhões iniciais. Cf. CAMPOS, 1999, p. 356.

⁹⁶MARIANO, Ricardo. *Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. Estudos Avançados*. São Paulo, v. 18, n. 52, set./dez. 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142004000300010&script=sci_arttex. Acesso em: 21 jan. 2016.

⁹⁷MARIANO, 2003, p. 49.

em uma cela especial na 91ª Delegacia da Zona Oeste de São Paulo, conseguindo um *habeas corpus* e sendo solto⁹⁸.

Outro escândalo para o currículo da Igreja Universal foi quando novamente Carlos Magno vendeu um vídeo à emissora Rede Globo, onde em seu programa dominical chamado Fantástico, mostrou o Bispo Macedo dando risadas e ajoelhado em quanto de maneira sarcástica contava a contribuição financeira de um templo na cidade de Nova Iorque. Em outras imagens, o Bispo se divertia em um iate no Rio de Janeiro, mais precisamente em Angra dos Reis e ainda no intervalo de uma partida de futebol, ele instruía seus pastores ao estímulo de maneira mais incisiva, para a arrecadação de dízimos e ofertas. Esses vídeos trouxeram os olhares da Polícia e da Justiça Federal, Previdência Social, Procuradoria da República e até mesmo da Interpol⁹⁹.

Como não bastassem os escândalos financeiros, a Igreja Universal também chamou muita atenção no episódio que ficou conhecido como o “chute a santa”. O evento ocorreu em 12 de outubro de 1995, dia que é dedicado a Nossa Senhora, considerada padroeira do Brasil, o bispo Sérgio Von Helde, levou a santa em seu programa de televisão chutou e arrastou a mesma chamando-a de horrível e desgraçada, além de caçar, como corrobora Mariano, de seus poderes místicos¹⁰⁰.

Carvalho ainda pontua quando mostra a sátira de Gilberto Gil no que tange idolatria e teologia da prosperidade¹⁰¹: “Ele diz que tem que como abrir o portão do céu Ele promete salvação Ele chuta a imagem da santa, fica louco-pinel Mas não rasga dinheiro, não. Não se lembra de nada, é louco Mas não rasga dinheiro não”¹⁰².

A IURD também se mostra no cenário político. Na contra mão do sistema religioso, que diz em seu senso comum que não aprova a religião se inserir na política, Macedo é claro no aceite e principalmente no incentivo e na participação de seus bispos, membros e até mesmo parentes na vida política. Macedo acredita que o crente precisa estar inserido no contexto político, visto a diferença que pode fazer dentro desse mundo intocável e inatingível.

Em relação a sua teologia, a IURD tem como principais teólogos João Vasconcelos de Cabral e Edir Macedo, ambos apresentam formação em cursos livres de Teologia, Filosofia Cristã e Divindade, sendo Edir Macedo o que mais se destaca, com 34 obras que lhe renderam uma tiragem com mais de 10 milhões de cópias vendidas.

⁹⁸MARIANO, 2004. P. 34

⁹⁹MARIANO, 2004. p.56.

¹⁰⁰MARIANO, 2004. p.59.

¹⁰¹CARVALHO, José Jorge de. *Um Espaço Público Encantado*. Pluralidade Religiosa e Modernidade no Brasil. Série Antropologia, UNB, 1999.

¹⁰²GIL, 1997. GIL, Gilberto. Guerra Santa, do álbum duplo Quanta (Gil 1997).

O discurso teológico na visão de Campos não apresenta uma sistematização e coerência. Visto isso, pontua o autor que:

A IURD, ao contrário do que alguns pensam, possui uma teologia e tem mecanismos apropriados para inculcar essa teologia nas novas gerações de fiéis e pastores. Porém não se trata de uma teologia sistematizada, tal como aquelas elaboradas por grupos religiosos já secularmente institucionalizados. Por outro lado ela possui, como toda a reflexão pentecostal, um ranço antintelectualista muito forte. Macedo propõe uma teologia antiteológica¹⁰³.

No final dos anos 90, a IURD transformou sua ideia de templo. Os que eram antes grandes galpões remendados transformaram-se em Catedrais da Fé. Espaços gigantescos em grandes cidades, mostrando sua força institucional, sendo a máxima dessa nova visão de templos a construção de trezentos milhões de reais, no bairro do Brás, em São Paulo, a réplica do Templo Salomão, com uma capacidade para dez mil pessoas¹⁰⁴.

A IURD ao longo desses quase quarenta anos de existência, tem a cada dia mostrado sua capacidade de expansão e crescimento, no que tange as suas relações com os seus concorrentes no mercado religioso brasileiro.

2.3 Teologia da prosperidade iurdiana

Nascida nos Estados Unidos da América, a Teologia da Prosperidade ou como chamada pelos críticos *health and wealth gospel* (evangelho da saúde e da riqueza), *faith moviment* (movimento da fé), *faith prosperity doctrines* (doutrina da prosperidade da fé) e *positive confession* (confissão positiva). Baseada sobre a perspectiva de cura, prosperidade e poder da fé, essa forma doutrinária surge na década de 40, porém, só aparece como um movimento de doutrina na década de 70, quando se encontra ao movimento carismático americano. Surgem então alguns nomes como: Kenneth Hagin, seu filho Ken Jr, Kenyon, que foi o grande inspirador de Hagin, ao ponto de Hagin plagiar obras de seu inspirador, e também Oral Roberts, um televangelista que iniciou com o fundamento de “vida abundante”, dando largada ao início da pregação da prosperidade, visto as promessas de retornos financeiros quando se oferta ou se dizíma, acontecimentos datados de 1954. Porém, a proporção maior de pregação desse movimento se deu por volta de 1970 com os pregadores Kenneth e Glória Copeland, que chegaram ao extremo com promessas de centuplicação de

¹⁰³CAMPOS, 1997, p. 364. 85. CAMPOS, 1997, p. 328. 86. BONFATTI, 2000, p. 79.

¹⁰⁴IDOETA, Paula Adamo. Conheça alguns dos principais negócios ligados ao mercado evangélico. Disponível em: <http://www.politica.estadao.com.br/noticias/geral,conheca-alguns-dos-principais-negocios-ligados-ao-mercado-evangelico,767002>. Acesso em: 27 fev. 2016.

dízimos ofertados, dentre outros podemos ainda destacar: Robert Schuller, Charles Capps, Jerry Savelle, Benny Hinn, Paul Crouch e Fred Price¹⁰⁵.

A palavra confissão positiva ensina que todos os cristãos têm poder, poder este que lhes foi prometido nas escrituras sagradas, e consolidado através da promessa da morte de Jesus na cruz, e com esse poder lhes dá o direito de trazer o que ainda não existe a existir, todas as vezes que usarem suas bocas para determinar e decretar o que acreditam ser o melhor de Deus para eles. Os que defendem essa linha teológica usam o primeiro livro das escrituras sagradas, Gênesis, corroborando a ideia de que a criação se deu através da palavra de Deus¹⁰⁶.

No Brasil a teologia da prosperidade dá-se início a partir da década de 70, com o fundador da Nova Vida, Robert McAlister, visto ser ele o iniciador das pregações relacionadas à prosperidade financeira. McAlister publicou na década de 60 alguns livros tais como: Como prosperar (1978), onde incentiva os crentes a serem fiéis ao pagamento de seus dízimos, visto a benção sobre a fidelidade; Dinheiro (1981) já no âmbito espiritual, onde fazia uma crítica aos pregadores que associavam o dinheiro a males dentre outros. Embora de maneira dualista criticasse os que ele chamava de “negociadores de benção”, dizia também com muita tranquilidade que para ter garantia de futuro financeiro, o dízimo tem que estar em dia¹⁰⁷.

Edir Macedo, bispo-primaz da IURD, ensina que temos um Deus que é o pai, um pai que ama e cuida, e esse pai é dono da prata e do ouro, ou seja, ele é rico, e também precisa ver os seus filhos desfrutando dessa riqueza. Ele afirma que a pobreza não é obra divina, visto a riqueza do pai, conseqüentemente é obra demoníaca. Logo, se a pessoa está nessa condição de ser pobre, então ela não está vivendo a margem do propósito que Deus quer para ela¹⁰⁸.

¹⁰⁵MARIANO, 2005, p. 152.

¹⁰⁶A Teologia da Prosperidade prega que o crente pode alterar realidades por meio da palavra proferida com fé. Já o New Thought, fonte de inspiração dessa teologia, promete o mesmo, mas põe o pensamento no lugar da palavra. Segundo Wilson (1970: 57), “era uma lugar comum de obras do Novo Pensamento assinalar que os homens criavam a riqueza, a saúde e a felicidade mediante a prática de uma higiene mental. Mediante o pensamento, os homens manipulariam suas próprias circunstâncias e o mundo”. Essa crença parece estar na raiz de parte da literatura esotérica e de auto-ajuda que invadiu os EUA, a Europa e o Brasil nas últimas décadas. Os livros de Lair Ribeiro, que prometem o Paraíso na terra por meio da reprogramação neurolinguística, parecem ter suas técnicas e premissas oriundas do New Thought. Por indicação da Prof. Dra. Maria Lúcia Montes, verifiquei semelhanças entre a Teologia da Prosperidade e o esoterismo exposto no livro Alegria e triunfo (com primeira edição em 1978 e recheado de citações bíblicas), de Lorenço Prado, morto há vários anos, que dirigiu o Centro Esotérico da Comunhão e Pensamento. São impressionantes as similitudes de doutrinas da Teologia da Prosperidade com as deste autor paulista, baseado em trabalhos esotéricos norte-americanos. Se o Novo Pensamento inspirou pregadores evangélicos dos EUA na criação da Confissão Positiva, da mesma forma o trabalho de alguns destes, sobretudo o do pastor presbiteriano Norman Vincent Peale, autor do Best-seller O poder do pensamento positivo, de 1952, serviu, posteriormente, de inspiração para muitos gurus da Nova Era, MARIANO, 2005, p. 153.

¹⁰⁷MARIANO, 2005, p. 156 e 157.

¹⁰⁸MACEDO, Edir. *Vida com Abundância*. 12. ed. Rio de Janeiro: Universal, 1993. p. 56.

O discurso teológico pregado na IURD é de que segundo Macedo, “Deus é obrigado a lhe dar tudo que você deseja, pois o cristão está destinado a ser próspero, ser materialmente saudável feliz e vitorioso em todos os empreendimentos terrenos”¹⁰⁹.

Leonildo Campos, através de amostragem, apresenta que 37,5% dos membros da IURD são dizimistas fiéis e mais da metade desses 37,5% dão, além de seus dízimos, suas ofertas¹¹⁰.

Macedo coloca ainda, no intuito de exercício da fé, que:

Comece hoje, agora mesmo, a cobrar dele tudo aquilo que Ele tem prometido (...) O ditado popular de que ‘promessa é dívida’ se aplica também para Deus. Tudo aquilo que Ele promete na Sua Palavra é dívida que tem para você (...) Dar dízimos é candidatar-se a receber as bênçãos sem medida, de acordo com o que diz a bíblia(...) Quando pagamos o dízimo a Deus, Ele fica na obrigação (porque prometeu) de cumprir a Sua Palavra, repreendendo os espíritos devastadores (...) Quem é que tem o direito de provar a Deus, de cobrar d’Ele aquilo que prometeu? O dizimista! (...) Conhecemos muitos homens famosos que provaram a Deus no respeito ao dízimo e se transformaram em grandes milionários, como o Sr. Colgate, o Sr. Ford e o Sr. Caterpillar¹¹¹.

A teologia da prosperidade pregada por Macedo e seus pastores relaciona-se de maneira específica com o sistema socioeconômico de consumismo existente nos dias de hoje. A pregação é voltada para o consumo, para obtenção de bens materiais e riquezas, diz-se ser abençoado se tiver alcançado essas coisas, como cita Costa¹¹².

Podemos dizer que a teologia da prosperidade é um dos pilares da IURD. Segundo Justino: “o dinheiro é o sangue da igreja”, sendo muito ouvida essa frase nas reuniões de pastores. Quando ainda pastor na Bahia, Justino era um dos campeões na arrecadação de dízimos e ofertas, quanto maior esse saldo maior seria o seu rendimento mensal¹¹³.

Macedo diz ainda que:

Ele [Jesus] desfez as barreiras que havia entre você e Deus e agora diz — volte para casa, para o jardim da Abundância para o qual você foi criado e viva a Vida Abundante que Deus amorosamente deseja para você [...] Deus deseja ser nosso sócio [...] As bases da nossa sociedade com Deus são as seguintes: o que nos pertence (nossa vida, nossa força, nosso dinheiro) passa a pertencer a Deus; e o que é d’Ele (as bênçãos, a paz, a felicidade, a alegria, e tudo de bom) passa a nos pertencer¹¹⁴.

¹⁰⁹MACEDO, 1993, p. 78

¹¹⁰CAMPOS, 1997, p. 257.

¹¹¹MACEDO, 1990, p. 36, 54, 79,84.

¹¹²É o que Jair F. Costa chama *pauperização psicológica*, isto é, o sujeito na sociedade de consumo nunca está satisfeito. COSTA, 2004, p. 139.

¹¹³JUSTINO, Mário. *Nos bastidores do reino: A vida secreta na Igreja Universal do Reino de Deus*. São Paulo, Geração Editorial, 1995. p.16.

¹¹⁴MACEDO, Edir. *Vida com abundância*. Rio de Janeiro: Universal Produções. 1990, pp. 25, 85, 86

A IURD ensina que Deus não poderá faltar com suas promessas contidas na Bíblia, visto que não teria escolha a não ser cumprir o que foi prometido. Sendo que cada um teria que fazer a sua parte para receber aquilo que foi cumprido, e essa parte seria pagar os dízimos e as ofertas, ter grande fé em Deus e em sua palavra e com a sua boca declarar e profetizar bênçãos divinas, e em meio a esse contrato, Deus, como uma das partes, cumpriria através da obrigação firmada, tudo o que lhe caberia. Todavia a soberania de Deus é minimizada, tornando-se vez de um Deus soberano, vítima de manipulações, mesmo que os praticantes da teologia da prosperidade alegam não determinam as ações de Deus, todavia falam que no mundo espiritual dão ordens a Satanás, tendo toda a autoridade sobre ele, através do nome de Jesus, para que através desse ato as bênçãos possam ser alcançadas¹¹⁵.

Nos cultos iurdianos, os fiéis são ensinados a pagar de maneira fidedigna os dízimos e as ofertas, incentivados a um total desprendimento, vislumbrando a corrente da prosperidade. Os membros acreditando nas promessas de enriquecimento aceitam a ideia de que precisam abrir seu próprio negócio, deixando de serem empregados e se tornando patrões. Ensinam que para o enriquecimento não basta apenas determinar, declarar e exigir no mundo espiritual tem que trabalhar duro, enxergando as oportunidades e se qualificando. Já para outro tipo de público, a IURD também tem suas estratégias. Os empresários tem seu culto na sede da igreja em São Paulo todas as segundas-feiras, sendo específico para que os negócios desses empresários prosperem ainda mais. Seus testemunhos e superações são levados as rádio e redes de televisão, sendo utilizados como estratégias para obtenção de novos membros, mostrando que todas as pessoas que tomarem posse, conseguiram assim como eles¹¹⁶.

Haja vista salientar que a teologia da prosperidade mostra uma incisiva distorção de valores dentro do pentecostalismo na ótica axiológica. De maneira transparente isso é visto quando ela enfatiza quase que unicamente a valorização de retorno nesta vida, e não se pregando o princípio do evangelho que é a morte de cruz, tradicionalmente pregado dentro do cristianismo e também do pentecostalismo. A distorção também se faz notória quanto ao estudo bíblico, pois enquanto se é ensinado à negação desse mundo, os prazeres existentes nele, ou seja, o ascetismo, a teologia da prosperidade, na contra mão, valoriza todos esses prazeres usando a fé em Deus para obtenção desses benefícios¹¹⁷.

Em uma entrevista concedida por Macedo, ele diz que:

¹¹⁵MARIANO, 2005, p. 157.

¹¹⁶MARIANO, 2005, p. 158.

¹¹⁷MARIANO, 2005, p. 158.

A Bíblia, do início ao fim, fala sobre ofertas. A oferta representa alguma coisa. Não é simplesmente uma questão de dinheiro. Ela significa amor. Quando você ama alguém, você dá alguma coisa a essa alguém. Como expressar seus sentimentos por alguém? Dando-lhe algo. Abraão quase sacrificou o filho para dar esse algo a Deus. Nós damos a oferta (...). Segundo os Coríntios 9,6 o apóstolo Paulo diz: 'O que semeia pouco, pouco também ceifará'. Eu ensino isso às pessoas. De acordo com o tamanho da fé, a pessoa faz a oferta. Para que alguém alcance o as riquezas de Deus, é preciso manifestar uma fé. A fé no Deus vivo é o melhor investimento que uma pessoa pode fazer na vida¹¹⁸.

Macedo mostrando com esse discurso uma distorção ao estudo bíblico e enfatizando mais uma vez o valor de troca, valor esse pautado no é dando que se recebe, pois quanto mais você entregar a Deus, mas Ele terá que te abençoar, segundo o pensamento do líder iurdiano.

De acordo com Oro a IURD é uma "leitura distorcida do evangelho" ainda fala que é uma "fetichização" do dinheiro como mercadoria privilegiada para se adquirir os bens da salvação¹¹⁹.

Entretanto o dinheiro gera um conceito muito maior do que apenas o monetário quando se faz presente em um culto, ao ponto de que ele- o dinheiro- perde seu valor, sendo até esquecido por quem ofertou ou dizimou com fé.

Wilson Gomes expõe ainda que na IURD:

Muito mais do que um padrão de atitudes, requer-se a fidelidade nas ofertas, única garantia de entrada na posse (de tudo aquilo que nos dá uma vida feliz e digna: saúde, prosperidade e amor). Assim a salvação imanente e pragmática apresentada pela (IURD) é acessível não simplesmente aos que superaram uma 'prova ética' do tipo amor, fé e caridade, como no catolicismo, por exemplo, mas uma prova do tipo 'fidelidade na oferta'. Esta é a nova virtude teológica¹²⁰.

O dinheiro na IURD, mais especificamente em sua teologia da prosperidade, absorve um status sacramental. De acordo com Macedo, "o Espírito Santo nos faz compreender que o dinheiro na Sua obra, é o sangue da Igreja do Senhor Jesus Cristo, pois que ele, através de um meio qualquer de divulgação, faz pessoas receberem a vida eterna dentro de um hospital, lar, presídio, etc..."¹²¹. Para Macedo, bilhões e bilhões de pessoas estão indo para o inferno para viver uma vida de tormento eterno, porque não houve patrocinadores, financiadores, pessoas que participassem desse evangelismo indireto através dos dízimos e das ofertas, ou seja, não tiveram missionários para tal serviço¹²².

E por fim, a IURD tem como base das bênçãos de Deus sobre a vida do crente a prosperidade financeira. Sendo sinais também de Deus as curas, restaurações de casamentos e

¹¹⁸VEJA, 6/12/1995.

¹¹⁹ORO, 1993, p. 316

¹²⁰GOMES, 1994, p. 248 e 249.

¹²¹MACEDO, 2013, p. 101

¹²²MACEDO, 2013, p. 02.

muito sucesso nas finanças. Faltam, portanto alguns preceitos cristãos básicos. De fato, as escrituras mostram várias promessas divinas de retribuição aqueles que doam com alegria e fidelidade, porém a ênfase maior se dá em devolver aquilo que já é de Deus, a importância recai sobre a causa do Reino, visto que não há nenhum interesse em receber nada em troca. A pessoa que dá com alegria, não vislumbra o que irá receber em troca por parte de Deus, mas em cumprir a sua lei, diferentemente da IURD, que, através de um aspecto retributivo, faz com que os seus ensinamentos sejam vistos como um valor de troca¹²³.

2.4 Preço e sacrifício na IURD

A pergunta a se fazer é: qual o preço dos produtos que a IURD distribuí? De acordo com Bourdieu, podemos ainda indagar: e se o espírito do cálculo adentrar nas nossas relações religiosas?¹²⁴ Se consideramos hoje a IURD uma instituição religiosa-empresarial, faz-se então mister salientar a questão de preços de seus produtos¹²⁵.

No que tange ao uso do vocábulo “preço”, essa expressão carrega um significado muito grande no meio cristão, sendo usado a referir-se ao homem e suas relações com Deus, visto a gratuidade do preço pago a nós através de Jesus Cristo, trazendo todo o favor imerecido, o que reporta à Reforma Protestante do século XVI, visto a luta contra as indulgências, onde Lutero corrobora que a salvação vem pela graça e também pela fé no sacrifício na cruz de Cristo. Porém, há uma dualidade referente à dimensão do universo econômico, aonde a teologia viria a valorizar puramente a ação advinda da graça e negar a economia. Bourdieu expõe ainda que “a Igreja é também uma empresa econômica (...) que só pode funcionar como funciona porque não é verdadeiramente uma empresa, porque se nega como empresa”¹²⁶.

O bispo Macedo trata do assunto de “preço” de maneira clara quando afirma que:

A lei de dar e receber não é apenas uma lei física; é também uma lei espiritual, e nem o próprio Deus escapou dessa lei, quando deu o seu próprio filho (...), portanto dar o dízimo é candidatar-se a receber bênçãos sem medida (...), esse é o preço a ser pago pelos candidatos às bênçãos divinas¹²⁷.

¹²³A presente publicação é o relatório da Comissão Permanente de Doutrina da Igreja Presbiteriana do Brasil (IPB) acerca das crenças e práticas da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). O relatório foi adotado pelo seu Supremo Concílio da IPB em 1998, como sua posição oficial, e é aqui publicado por determinação do Supremo Concílio de 2006, com algumas atualizações. Disponível em: http://www.executivaipb.com.br/site/decisoes_importantes/IURD-2007.pdf. Acesso em: 04 mar. 2016.

¹²⁴BOURDIEU, Pierre. *Economia das Trocas Simbólicas*. 2º ed. São Paulo, 1982.

¹²⁵CAMPOS, 1999, pg.231.

¹²⁶BOURDIEU, 1996^a, p. 191.

¹²⁷MACEDO, 1993, p. 75 e 79.

Já Drucker ensina que o preço é apenas uma parte do valor¹²⁸. Assim, pode ser visto que o preço está associado não apenas ao valor monetário, mas a outros valores. Assim sendo, um determinado produto pode ser mensurado através de seus valores materiais e por outro meio, de acordo com a necessidade e satisfação de quem o adquire¹²⁹. Preço também pode ser considerado como sendo um valor de troca de algum bem ou pode se agregar valor através de um serviço, sendo embasado monetariamente ou por outro bem, que seja passível de aceitação¹³⁰.

Porém quando se refere à ideia de um produto religioso, se é deparado com a questão de ser esse produto um produto intangível e o seu valor estará agregado na capacidade de seus vendedores transformarem esse produto em moeda, ou seja, tornar o produto vendável e também se considerando, todo o valor agregado ao consumidor, visto a necessidade de possuí-lo. Logo o preço de um bem de salvação é fixado pela agência que o vende ao tangibilizá-lo. É o que o faz com muita destreza a IURD, trabalhando com um critério de que as bênçãos serão alcançadas por meio de certo sacrifício, que podem variar de participação assídua nos cultos à participação de correntes e campanhas, e nessas reuniões são negociados os preços dos produtos¹³¹ que, segundo Weber “é o meio de cálculo econômico mais perfeito, isto é, o meio formalmente mais racional de orientação da ação econômica”¹³².

O que entra em cena então com todos os holofotes é o dízimo, tendo todo destaque nesse processo de monetarização do sacrifício, sendo passada de maneira sorrateira a venda através do divino. Macedo afirma que:

Decida-se agora mesmo. Dê adeus às doenças, à miséria e a todos os males, tenha um reencontro com Deus e assuma novamente a sua posição na família de Deus (...). A vida abundante que Deus, pelo seu grande amor, nos garante através de Jesus Cristo, inclui todas as bênçãos e provisões de que necessitamos, ou mesmo que venhamos a desejar (...). Não perca a oportunidade de ser sócio de Deus. Coloque-se à sua disposição com tudo o que você tem e comece a participar de tudo que Deus tem. (...) O dinheiro é uma ferramenta sagrada usada na obra de Deus (...). Dar o dízimo é candidatar-se a receber bênção sem medida (...) quando pagamos o dízimo a Deus, Ele fica na obrigação de cumprir a Sua Palavra¹³³.

Dentro da Igreja Universal do Reino de Deus, vigora um contrato social, ou também chamado uma aliança com Deus, sendo firmado esse contrato através de uma decisão pessoal firmada através da conversão completa, e como resultado fiel dessa conversão a adesão às

¹²⁸ DRUCKER, Peter F. *Administração, responsabilidade, tarefas e práticas*, v. 1, S. Paulo, Pioneira, 1975.

¹²⁹ CAMPOS, 1999, p. 233.

¹³⁰ CAMPOS, 1999, p. 53-54.

¹³¹ MACEDO, 1999, p. 233.

¹³² WEBER, 1991, p. 53.

¹³³ MACEDO, 1993, p.

práticas de doações dos dízimos e ofertas. Sendo fiel às essas práticas, o então novo crente consegue a atenção divina, tendo então de sacrificar o próprio bolso, e com esse ato de fidelidade expulsa a ação demoníaca e as amarras investidas por Satanás da própria vida¹³⁴.

Max Weber pontua que:

(...) a antropomorfização tende (então) a transladar ao comportamento dos deuses a graça livre de um poderoso senhor mundano, a ser obtida mediante súplicas, presentes, serviços, tributos, adulações, subornos e, por fim e nomeadamente, mediante a um comportamento agradável que corresponde à vontade do senhor, concebendo os deuses, em analogia com este, como seres poderosos e inicialmente mais fortes apenas em termos quantitativos (...) Do ut des é o dogma fundamental por toda a parte (...) caráter inerente à religiosidade cotidiana e das massas de todos os tempos e povos e também de todas as religiões¹³⁵.

Entretanto, a IURD afirma, de maneira teórica, que não há nenhuma obrigatoriedade imputada à sua membresia, ao referir-se as entrega de dízimos e ofertas, porém, em seu guia estatutário vemos várias orientações aos donativos feitos por fiéis em favor da Igreja, visto que há um criterioso procedimento requerido para essas doações, pois elas não podem ser feitas em nomes de obreiros e pastores, principalmente quando essas doações se tratarem de terrenos, apartamentos ou carros, eximindo-se de quaisquer demanda judicial futura. Porém, o incentivo às doações é muito bem realizado, visto o retorno como providencias do Divino¹³⁶.

Assim o guia estatutário mostra que:

Uma contribuição estritamente voluntária na qual o dizimista assume um compromisso diante de Deus em colaborar com a Sua Igreja. Em troca, Deus lhe promete abrir as janelas do céu e derramar bênçãos sem medida (...) qualquer pessoas pode dar o seu dízimo na Igreja Universal do Reino de Deus. Não é um privilégio apenas dos membros e nem deve ser considerado como um pagamento, do qual se exija recibo, pois dado voluntariamente (...) e não existe nenhuma pena ou 'disciplina' para aquele que não contribuir dessa forma (... É claro que a partir do momento em que a pessoas 'rouba de Deus', então ela passa a ter crédito com o 'devorador'. E esse devorador jamais saíra da vida dela enquanto ele não acertar a sua vida com Deus (...) Nunca alguém amou a outrem sem que expressasse o seu amor com um presente, uma oferta; E a qualidade de oferta que se dá exprime a qualidade do amor que se tem¹³⁷.

¹³⁴CAMPOS, 1999, p. 234.

¹³⁵WEBER, 1991, p. 292,293.

¹³⁶CAMPOS, 1999, p. 234.

¹³⁷Esse guia estatutário também faz referência aos donativos feitos por pessoas tais como, terrenos, joias, máquinas, automóveis etc. e afirma: "A Igreja Universal do Reino de Deus aceita donativos desde que eles sejam feitos sempre em nome da Igreja e nunca em nome dos pastores, obreiros e representantes [mas que] deve-se ter todo o cuidado com o recebimento de donativos." Quando do recebimento deles devem-se exigir escrituras em cartório, declaração assinada pelo cônjuge ou de duas testemunhas se a pessoas for solteira. Na edição consultada dos Estatutos, possivelmente de 1993, a Igreja Universal do Reino de Deus, procura se eximir de possíveis demandas judiciais futuras, oriundas de pessoas que, passado o período de euforia se arrendem do "alto preço pago" e solicitam a devolução de um bem, a essa altura, já comercializado pela igreja.

A chamada “teologia da prosperidade” está relacionada de maneira direta com o preço a ser pago a Deus, sendo pregado nessa teologia que os fracassos financeiros estão associados a ações demoníacas, visto que o diabo é colocado como o devorador, denotando a passagem das pragas do Egito, onde a praga se propagou estando salvo apenas o povo de Deus. Logo o atraso ou o ato de não pagar o dízimo faz com que o fiel contraia uma dívida para com Deus, tornando-se devedor, ou até mesmo ladrão, fazendo referências ao texto de Malaquias 3:10, gerando consequências catastróficas para a vida do infiel ou do ladrão, dando total legalidade ao devorador para dar o desemprego, o excesso de trabalho e pouca retribuição apesar de todo esforço e até mesmo doenças físicas e psicossomáticas. Para resolver tal problema o fiel precisará pagar a dívida humana, isto é, o pagamento dos dízimos e ofertas, sendo realizado de maneira generosa, sendo visto o incentivo à generosidade nos envelopes dessa Igreja “Deus ama quem dá com alegria”¹³⁸.

Esse processo faz parte do preço pago pelo fiel da Igreja Universal, preço esse pago não só através de pagamentos, apesar de esse o mais trabalhado pela IURD, como também o sacrifício de suas ideias próprias, de seus padrões comportamentais e até mesmo, da liberdade de decisão de ação e de pensamento. Porém, existem poucas obras a respeito desses fatores de mecanismos psico-sociológicos usados pela IURD¹³⁹.

Por fim, conclui-se que, a relação vigente hoje entre marketing e religião se mostra presente no discurso religioso neopentecostal da IURD, cominando em um dinamismo expansivo no campo religioso. Essa descoberta de mercado e a sua segmentação, sendo feita de acordo com as necessidades dos fiéis, e trabalhando assim a partir de nichos. A apresentação desses produtos, chamados por Campos de simbólicos se tornarão então através desses nichos adaptáveis as necessidades de cada fiel, e certamente saber usar o meio apropriado para a difusão em massa desses produtos faz com que a Igreja Universal do Reino de Deus seja a igreja neopentecostal que mais se destaca nesse mercado religioso que cada dia se destaca na economia brasileira¹⁴⁰.

¹³⁸CAMPOS, 1999, p. 235.

¹³⁹CAMPOS, 1999, p. 235.

¹⁴⁰CAMPOS, 1999, p. 237.

2.5 Resumo

Esse capítulo mostra a inserção do protestantismo até a chegada do pentecostalismo e neopentecostalismo no Brasil. Sendo abordado através de uma leitura de Ricardo Mariano, onde foi diferenciado pentecostalismo de neopentecostalismo através de suas propostas e práticas religiosas.

Em seguida, foi discutido o objeto de estudo desse trabalho, a Igreja Universal do Reino de Deus, onde foi visto seu nascimento, assim como sua formação de liderança, seus conflitos e a sua ascensão no âmbito do religioso, tais como a sua teologia da prosperidade e sua ideia mercadológica encontrada no cerne da igreja. No próximo capítulo será analisado o conceito capitalista e de marketing adotado pela IURD, assim como as táticas adotadas diante do mercado atual no país.



3. A LÓGICA EMPREENDEDORA DA IURD E SEU SISTEMA CAPITALISTA

Como já proposto pelo presente trabalho, a IURD vem se mostrando um complexo e multifacetado fenômeno, cabendo à análise e pesquisas de diversos autores. Nessas pesquisas, uma ideia vem se destacando de maneira recorrente e clara, a percepção de que a Igreja Universal do Reino de Deus se destaca como sendo um grande empreendimento religioso, porém ligado com os desejos e as diversas necessidades de seu público, atendendo-os com os mais variados tipos de produtos/serviços mágicos/religiosos, mostrando serem ações planejadas e detalhadamente estruturadas, destacando-se como um sistema administrativo coerente e de alto empreendedorismo¹⁴¹.

O autor Leonildo Campos usa uma frase de Edir Macedo ora publicada em um aniversário da IURD, em que diz atribuir “a ação do Espírito Santo ao crescimento da Igreja. Não se trata de marketing bem feito, boa administração, nem qualquer outra razão humana. É ação do Espírito Santo mesmo!”¹⁴².

Campos afirma na citação em epígrafe que é muito comum a comunidade e a sua liderança carismática atribuírem ao sobrenatural o sucesso do crescimento da Igreja, constituindo assim um sistema de retórica notável desses grupos religiosos.

O autor ainda apresenta a IURD como um empreendimento, visto o não assemelhamento aos padrões organizacionais das igrejas clássicas. O autor procura responder à seguinte questão, a IURD usa práticas mercadológicas no âmbito do religioso ou o mercado invadiu o campo do religioso. Porém, cabe ressaltar que a IURD vem se destacando nos níveis

¹⁴¹ Alguns destes trabalhos são:

PIERUCCI, A. F.; PRANDI, R. *A realidade social das religiões no Brasil: religião, sociedade e política*. São Paulo: Hucitec, 1996.

ORO Ari Pedro. *Neopentecostais e Afro-brasileiros: quem vencerá esta guerra?* Debates do NER, Porto Alegre, ano 1, n. 1, p. 10-36, nov. 1997.

CAMPOS, L. S. *Teatro Templo e Mercado: Organização de Marketing de Um Empreendimento Neopentecostal*. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio; São Bernardo do Campo: UESP, 1999.

MARIANO, Ricardo. *Análise sociológica do crescimento pentecostal no Brasil*. Tese de doutorado em Sociologia, São Paulo: FFLCH-USP, 2001.

ALMEIDA, R. de; MONTEIRO, P. *Trânsito Religioso no Brasil*. Perspectiva [online], São Paulo, v. 15, n. 3, p. 92-100, 2001.

REFKALEFSKY, Eduardo. et al. *Comunicação, Marketing e Religião: o mercado da fé no Brasil*. In: Mesa apresentada no Multicom, Colóquios Multitemáticos em Comunicação no XXIX Intercom, Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Comunicação, UnB, Brasília (DF), set. 2006.

RODRIGUES, D. dos S.; SOUZA JUNIOR, P. G. dos. *A estreita relação entre movimento migratório e pentecostalismo em dois estados do sudeste brasileiro*. Teoria e Pesquisa, São Carlos, v. 17, n. 2, p. 113-133, jul./dez. 2008.

SOUZA, A. R. de. *O empreendedorismo neopentecostal no Brasil*. Ciências Sociais e Religião, Porto Alegre, ano 13, n.15, p. 13-34, jul./dez. 2011.

¹⁴²CAMPOS, 1999, p. 13.

empresariais e políticos, tratando-se, portanto de uma simbiose no que tange as indagações de campos¹⁴³.

Tendo em vista essa ideia da IURD como um empreendimento, outros autores, como Peter F. e Drucker, falam que todo empreendimento tem que passar por duas funções básicas. São elas: “marketing e inovação”¹⁴⁴. É a partir da visão desses autores que será discutido sobre a IURD e o marketing nesse capítulo.

3.1 Capitalismo contemporâneo: marketing e religião

Para melhor entendimento o conceito de marketing, será abordado o conceito de Las Casas, que trata-o como uma área do conhecimento que visa compreender todas as atividades relacionadas à troca, sendo essas dirigidas para a obtenção da satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores¹⁴⁵.

Outro autor que discute em seu artigo um conceito de marketing é Serrano, mostrando a partir de um quadro evolutivo as mudanças conforme exposto na tabela 1.

Tabela 1- Evolução da definição do termo marketing¹⁴⁶.

Autor	Ano	Definição de Marketing
American Marketing Association	1935	“O desempenho das atividades empresariais que dirigem o fluxo de bens e serviços dos produtos até os consumidores”.
Peter Drucker	1954	“Uma força poderosa a ser considerada pelos administradores”.
Ohio State University	1965	“O processo na sociedade pelo qual a estrutura demanda para bens econômicos e serviços é antecipada ou abrangida e satisfeita através da concepção, promoção, troca e distribuição física de bens e serviços”.
Philip Kotler e Sidney Levy	1969	“O Conceito de Marketing deve abranger também as instituições não lucrativas”.

¹⁴³Cf. CAMPOS, L.S. Entrevista concedida a: Pedro F. Bendassolli e Rafael Valentes. GVexecutivo, v. 6, n. 6, Fundação Getúlio Vargas: Escola de Administração de Empresas de São Paulo, nov./dez. 2007. p. 13. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/viewFile/34729/33531>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

¹⁴⁴DRUCKER, P. F. *The Practice Of Management*. Nova York: Harper & Row, 1954. Traduzido para o português: *Prática de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro: Fundo da Cultura, 1962. p. 154.

¹⁴⁵Cf. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de Serviços. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 10 *apud* SERRANO, Daniel Portillo. O que é Marketing? O Marketing e suas principais definições. Portal do Marketing. Publicado em 06 de abril de 2010. p. 1. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/O_que_e_Marketing_o_Marketing_e_suas_principais_definicoes.htm>. Acesso em: 04 jun. 2016.

¹⁴⁶Fonte: Adaptado de LAS CASAS, 2006. Atualizado por: SERRANO, 2010, p. 2.

Philip Kotler e Gerald Zaltman	1969	“A criação, implementação e controle de programas calculados para influenciar a aceitabilidade das ideias sociais, envolvendo considerações de planejamento de produto, preço, comunicação, distribuição e pesquisa de marketing”.
David Luck	1969	“Marketing deve limitar-se às atividades que resultam em transações de mercado”.
Robert Bartls	1974	“Se Marketing é para ser olhado como abrangendo as atividades econômicas e não econômicas, talvez o marketing como foi originalmente concebido reapareça em breve com outro nome”.
Robert Haas	1978	“É o processo de descobrir e interpretar as necessidades e os desejos dos consumidores para as especificações de produto e serviço, criar a demanda para esses produtos e serviços e continuar a expandir essa demanda”.
American Marketing Association	1985	“É o processo de planejar e executar a concepção, preço, promoção e distribuição de ideias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam objetivos individuais e da organização”.
Philip Kotler e Gary Armstrong	1998	“Marketing é a entrega de satisfação para o cliente em forma de benefício”.
Philip Kotler	1999	“Marketing é a ciência e a arte de conquistar e manter clientes e desenvolver relacionamentos lucrativos com eles”.
Philip Kotler	2000	“Marketing é o processo por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros”.
American Marketing Association	2004	“Marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos para criar, comunicar e distribuir valor aos clientes e para administrar o relacionamento com clientes de forma que beneficie a organização e os seus Stakeholders”.
American Marketing Association	2007	“Marketing é a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, distribuir e efetuar a troca de ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e a sociedade como um todo”.

Analisando-se a tabela evolutiva, é verificado que a partir de 1999 o foco do conceito de marketing recaí sobre o indivíduo, de maneira mais incisiva na satisfação obtida por ele, tornando-se então o foco principal das empresas as estratégias de gestões para alcançar a satisfação plena desses clientes/consumidores.

Cabe ressaltar nesse momento uma primeira conexão entre o marketing e a religião, sendo usado um apontamento feito por Weber em sua obra “Economia e Sociedade”.

Das conseqüências do desenvolvimento de uma autêntica religiosidade congregacional de enorme alcance, interessa-nos aqui, sobretudo esta: que agora, dentro da congregação, a relação entre sacerdotes e leigos assume importância decisiva para a atuação prática da religiosidade. Quanto mais especificamente congregacional o caráter da organização, tanto mais a posição poderosa dos sacerdotes enfrenta a necessidade de ter em conta, no interesse da conservação e propagação do grupo de adeptos, as necessidades dos leigos. Em certo grau, no entanto, esta situação é comum a todo tipo de sacerdócio. Para manter sua posição de poder, frequentemente tem que condescender, em alto grau, as necessidades dos leigos¹⁴⁷.

Contudo Weber aponta a ideia do foco voltado para os leigos, que incidem fortemente nas decisões hierárquicas sacerdotais. De maneira análoga o consumo é tão importante para a relação empresa/cliente quão quanto para a religião/fiel, tornando-se então o ponto central de preocupação das lideranças empresariais e religiosas.

Leonildo Campos, aplicando o marketing também à religião corrobora que:

O marketing é um conjunto de técnicas empregadas não somente para agir sobre os mecanismos de troca, como também para explicar as ações humanas envolvidas nesse processo. Como tal, o marketing traz consigo uma forma de se olhar a realidade social, que acaba por dirigir a coleta de dados e interpretação do comportamento humano durante a troca. Por isso, o marketing, além de ser um conjunto de práticas, também acaba provocando o surgimento de teorias explicativas dos fatos sociais envolvidos na troca¹⁴⁸.

O pesquisador mostra que a moderna teoria de marketing, [...], possui um excelente potencial analítico para explicar as relações entre a IURD e o mercado, relações que se expressam num contexto dominado por uma mentalidade calculista e o pluralista, resultante de uma situação de mercado¹⁴⁹. Ou seja, logo depois que se deu a quebra do monopólio religioso, a nova condição de liberdade religiosa trouxe consigo desregulação e pluralismo no campo do religioso brasileiro, conseqüentemente gerando concorrências entre as instituições religiosas, tal como a IURD. E essas instituições buscaram formas de se diferenciar e destacar nesse competitivo mercado religioso, lançando mão do marketing e suas técnicas para alcançar seus clientes/fiéis.

Há de se observar que a expansão da IURD aconteceu quando a igreja troca o seu foco de “produto religioso” as necessidades do “consumidor”, sendo esse um leigo, com poucas experiências no mundo religioso. Por isso cada vez mais a IURD se concentra em atender as necessidades e satisfazer os desejos, sejam eles no âmbito espiritual e também os materiais de seu público alvo, visando sobremaneira a sua subsistência institucional¹⁵⁰.

¹⁴⁷WEBER, Max. *Economia e Sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensiva*. v. 1, 4. ed. Brasília-DF: UnB. 2000, 2009 (reimpressão). p. 313.

¹⁴⁸CAMPOS, 199, p. 206.

¹⁴⁹CAMPOS, 199, p. 362.

¹⁵⁰CAMPOS, 199, p. 222.

A IURD apresenta uma técnica de marketing onde faz uma mediação direta entre o pregador e seus ouvintes. Fazendo com que esse contato não se perca fora os cultos dentro das instituições religiosas, esse contato pode ser realizado dentro de casa, quando assistido o programa na TV, rádio e hoje on line, e o ouvinte têm a liberdade de falar diretamente e muitas ocasiões até ao vivo com o pregador e esse consegue ficar próximo de seu ouvinte, atendendo suas necessidades presentes e até mesmo suscitando as futuras¹⁵¹.

Campos ainda sobre as estratégias da IURD aponta:

No decorrer das programações especificamente religiosas da Televisão Record, o pastor-âncora é auxiliado por diversas telefonistas, que anotam pedidos de orações tais como: ‘Maria, balconista, de Recife, pede oração por suas filhas, que estão começando a se prostituir e pelo marido, que é alcoólatra, e está desempregado’. Um outro exemplo, de como os pastores sondam as necessidades de seu público, pode ser percebido na estratégia de se colocar nos templos ou em frentes deles, na calçada, mesas as quais os seus obreiros colocam à disposição dos que passam, o ‘livro de orações’. Nele, as pessoas anotam os seu nome e motivos pelos quais estão solicitando as preces do ‘homem de Deus’. Assim, num corpo a corpo com as ‘forças do mal’, o pastor vai mapeando as necessidades de seu público, redirecionando automaticamente o seu discurso, direção às demandas ainda não formuladas claramente¹⁵².

Visto essas estratégias de marketing, a IURD conseguiu mais do que outros movimentos, sistematizar seus bens religiosos adequando-os as necessidades de cada grupo, e ainda transformar essas necessidades em uma forma de participação ativa no processo de produção, ou ainda tornado esses seguidores de alguma maneira investidores/sócios do reino e esse empreendimento também lhes trarão rendimentos simbólicos, e a IURD se capitaliza monetariamente e investe em sua própria expansão¹⁵³.

O pesquisador Kotler, pontua que para as empresas de hoje se destacarem nessa guerra acirrada pela concorrência, onde é verificada uma redução nos ciclos de vida dos produtos, é necessário que elas inovem diariamente e que tenham um diferencial para que se possam conseguir vantagens em relação às concorrentes¹⁵⁴.

Ainda sobre o processo sobrevivência diante de um campo tão competitivo, Joseph Schumpeter discorre sobre o processo de inovação, quando o autor usa o termo “destruição criadora” ela traz a tona a importância da empresa inserida nesse sistema capitalista de inovar,

¹⁵¹CAMPOS, 199, p. 222.

¹⁵²CAMPOS, 199, p. 224.

¹⁵³CAMPOS, 199, p. 223.

¹⁵⁴Cf. KOTLER, P. *Administração de Marketing*. 10. ed. (7ª reimpressão), Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; Revisão Técnica Arão Sapiro, São Paulo: Prentice Hall, 2000. p. 329.

visto que ocorre uma mudança estrutural de dentro para fora, onde as mesmas são destruídas interiormente e criando uma nova estrutura, processo este chamado de destruição criativa¹⁵⁵.

Nessa visão de inovação, Antônio Flávio Pierucci, no que tange a discussão de religião e sociedade, percebendo que nesse contexto do campo religioso brasileiro apresenta-se uma situação de alta concorrência, ficando em destaque aquelas instituições religiosas que apresentam maiores estratégias de marketing e inovação. O autor ainda pondera que devido a essa concorrência as lideranças religiosas precisam sair das suas zonas de conforto e se preparar para a batalha. Visto esse processo crescente, as instituições religiosas necessitam trabalhar com as mais variadas técnicas do marketing, pois as instituições que não se enquadrarem nesse modelo empresarial tenderão a perderem espaço no campo religioso¹⁵⁶.

A partir dessas colocações pode-se então concluir que a ligação entre marketing e religião, no caso a IRUD, tornou-se um campo observatório pelo qual vislumbra-se um movimento religioso dinâmico e com um crescimento contínuo, visto suas aplicações e estratégias de marketing.

3.2 Empresa iurdiana sua administração e seus vários nichos de mercado

Para se formar um segmento de mercado é necessário um grupo que tenha em comum uma variável, seja ela: geográfica (bairro, cidade, comunidade, região, etc.), demográfica (faixa etária, renda, sexo, profissão, etc.), psicográficas (estilo de vida, personalidade, etc.) e comportamentais (hábitos de compra, momento em que se compra benefícios, etc.). No geral, os compradores de um determinado segmento se assemelham em suas preferências e necessidades, em contrapartida, não são de todo iguais, visto se tratar de dois indivíduos¹⁵⁷.

Leonildo Campos fala que um ambiente de pluralismo religioso e de livre e progressiva concorrência gera no campo religioso brasileiro benefícios para instituições que se destaquem no que versa a agilidades em capturar os diferentes tipos de desejos e as múltiplas necessidades de seus consumidores¹⁵⁸. Nesse mesmo caminho, a ideia de marketing

¹⁵⁵Cf. SCHUMPETER, J. A. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Editado por George Allen e Unwin Ltd., traduzido por Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961. p. 110.

¹⁵⁶Cf. PIERUCCI, A. F. *Balanço do Século XX Paradigmas do Século XXI: Sociedade contemporânea*. Documentário gravado no Espaço Cultural CPFL – Campinas em 11 de maio de 2004. TV Cultura. Disponível em: <<http://www.cpficultura.com.br/wp/2008/12/30/religiosidade-racionalizacao-e-desencantamento>>. Acesso em 24 out. 2014.

¹⁵⁷KOTLER, 2000, p. 278.

¹⁵⁸CAMPOS, L. S. *A Igreja Universal do Reino de Deus, um empreendimento religioso atual e seus modos de expansão (Brasil, África e Europa)*. Lusotopia, São Bernardo do Campo, p. 355-367, 1999. p. 357.

se mostra com um relevante papel na estratégia da IURD, que carrega uma teologia da prosperidade e uma retórica adaptável aos anseios da sociedade individualista, extremamente capitalista e consumista¹⁵⁹.

A IURD assemelha-se dentro do mercado religioso brasileiro, a uma grande empresa capitalista global, ou seja, ela investe em pesquisas que diagnosticam as necessidades e os desejos do público local achando assim seus possíveis clientes em potenciais. O *know how*, recebido através das práticas de vários anos de atuação, mais as ferramentas do marketing e de propaganda que a igreja desfruta, o possibilita uma vasta análise na estratégia de segmentação do público que se tornará o possível alvo. Campos ao se dedicar nos estudos sobre a expansão da IURD traça formas de conseguir identificar os propósitos dela.

Leonildo ainda indaga se a igreja seria apenas uma empresa comercial que de forma fria visa apenas o lucro adotando um discurso religioso apenas para comercializar seus produtos? Ou como outra visão, a IURD apenas está sendo uma instituição inovadora que ouve as necessidades de seus praticantes?¹⁶⁰

Leonildo Campos mostra que a IURD tem uma estratégia voltada para atender os anseios das massas. Sendo elas organizadas a partir de um segmento, sendo subdivididas em nichos¹⁶¹ de mercado. Nessa linha o Kotler também mostra estratégias para que o público possa ter seus desejos alcançados através segmentos pré-definidos. Para o pesquisador a instituição primeiramente precisa estabelecer as necessidades e os desejos de seus clientes/fieis. Ele ainda aponta que a empresa/igreja, precisa definir os diferenciais de seu público, referentes às características, vantagens e benefícios, pois, fazendo isso, o seu público alvo ficará em evidência. Os especialistas em marketing salienta ainda Kotler, orientam apenas a promoção de um diferencial, que precisaria ser central no produto/serviço¹⁶².

Campos identifica ainda a estratégia descrita por Kotler, presente no seio da organizacional e nos cultos da IURD.

A IURD regula os espaços, tempos e movimentos, em ritmos e cadências programados racionalmente, dentro da concepção urbana de tempo. Os dias e horas são padronizados, e arbitrariamente divididos em 'correntes' e 'campanhas' especiais. A unidade de tempo mínima de seu calendário é o dia e para cada um deles há uma corrente, que segmenta o público conforme suas necessidades e desejos. Essas correntes se repetem todas as semanas, enquanto as campanhas e

¹⁵⁹CAMPOS, 1999. p. 357.

¹⁶⁰CAMPOS, 1999, p. 357.

¹⁶¹Um nicho é um grupo definido mais estritamente, um mercado pequeno cujas necessidades não estão sendo totalmente satisfeitas. Em geral, os profissionais de *marketing* identificam nichos subdividindo um segmento ou definindo um grupo que procura por um mix de benefícios distintos. Cf. KOTLER, 2000, p. 279.

¹⁶²KOTLER, 2000, p. 322.

‘semanas especiais’ são atividades sazonais, realizadas conforme as exigências e circunstâncias locais¹⁶³.

A IURD possui uma notada estratégia de marketing, que de maneira célebre consegue captar as necessidades de seu público, para que os mesmos se enfeiticem pelos seus “produtos” que são padronizados, e com isso criam um vínculo comprometedor entre o produto e as pessoas. A intenção da IURD não é oferecer uma *commodity*, ou seja, um produto genérico, contudo, a IURD trabalha com um produto e o seu desdobramento, e de acordo com a necessidade do comprador/fiel¹⁶⁴. Com isso a igreja supra citada segue um correto caminho no segmento religioso, posicionando sua marca e tornando cada vez mais seus produtos vendáveis e com exponente valor agregativo.

O pesquisador Philip Kotler mais uma vez contribui quando aponta em seu livro “Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle”, como é importante o posicionamento de marketing¹⁶⁵ dentro da instituição. Afirma que esse trabalho precisa começar antes na mente do consumidor.

Campos usando os *slogans* praticados pela IURD, algumas justificativas que mostram as técnicas de marketing usadas tais como: “Igreja Universal, onde um milagre espera por você”, “anote o endereço da bênção”, “eis o endereço da felicidade”, “pare de sofrer”, “tenha fé e tudo vai mudar”, “a Igreja universal não promete, ela faz”, “uma Igreja de resultados”¹⁶⁶. Esses jargões citados por Leonildo mostram a tentativa de obtenção das garantias para os produtos/serviços da IURD, colocando a IURD como a única instituição que é representante do divino. “O autor ainda reflete a discussão sobre a potencialidade de sincronismo do pentecostalismo, quando se refere à América Latina um ‘catolicismo de substituição’”¹⁶⁷.

Outro pensador, José Bittencourt Filho “afirma estarmos diante das manifestações possíveis da matriz religiosa brasileira”¹⁶⁸, visto o “enorme poder de assimilação da cultura católica e das regiões mediúnicas”¹⁶⁹ pela IURD.

Leonildo Campos corrobora Bittencourt quando fala que estamos vivendo uma “religiosidade matriarcal”, visto que alguns elementos das culturas africanas são encontrados até hoje no pentecostalismo, no que tange a sua construção, tornando-se nítido essa cultura

¹⁶³CAMPOS, 1999, p. 361.

¹⁶⁴CAMPOS, 1999, p. 362.

¹⁶⁵Posicionamento de *Marketing* “é o ato de desenvolver a oferta e a imagem da empresa, de maneira que ocupem uma posição competitiva distinta e significativa nas mentes dos consumidores-alvos [...] a empresa deve decidir quantas e que diferenças (benefícios, características) promover a seus consumidores-alvos.” KOTLER, 1998, p. 265.

¹⁶⁶CAMPOS, 1999, p. 364.

¹⁶⁷CAMPOS, 1999, p. 365.

¹⁶⁸BITTENCOURT FILHO, 2003. *apud* CAMPOS, 2005, p. 102.

¹⁶⁹CAMPOS, 2005, p. 103.

quando evidenciada pelo processo de secularização, pluralismo religioso e o advento da modernidade¹⁷⁰.

A ideia de mostrar a relação das religiões oriundas do colonialismo com a religiosidade brasileira atual é sistematizar, de acordo com Refkalefsky, a intencionalidade iurdiana ao uso desses elementos como estratégia de marketing¹⁷¹.

Visto isso, será utilizado Kotler, quando referencia os tipos de posicionamentos: “melhor qualidade”, “melhor atendimento” “preço mais baixo”, “maior valor”, “maior segurança”, “maior rapidez”, “mais customizado”, “mais prático” e “de tecnologia mais avançada”¹⁷². A partir dessas referências é possível vislumbrar a IURD quando se posiciona de modo a utilizar as igrejas/religiões usando como concorrentes e utilizando os cinco tipos relacionados por Kotler, Entretanto, se a IURD conseguir passar para o seu fiel a sua posição, a marca dela será sempre lembrada nesse fator forte.

Na economia atual em que o mercado se encontra a instituição, seja ela religiosa ou não, precisa definir em qual segmento vai atuar, para que consiga se posicionar nesse mercado. Após essa definição de segmento, todas as áreas desencadeiam dele, visto estratégias de mercado, de promoção, de comunicação, de produtos, logísticas, preços, entre outras. Nesse segmentado de marketing adotado pela IURD encontra-se o fato de oposição às religiões afro-brasileiras, devido à disputa no que tange aos adeptos e os seus bens de serviços simbólicos¹⁷³. Os ataques dos membros da Igreja Universal do Reino de Deus às religiões afro-brasileiras são notórios, pois a IURD os veem como concorrentes de mercado no que diz respeito aos seus produtos/serviços mágicos/religiosos, que suprem todo e qualquer desejo e necessidade seja no âmbito espiritual ou de ordem material e social¹⁷⁴.

Refkalefsky relata ainda que á uma estratégica dirigida de modo específico à religião Umbanda. Segundo o autor o ataque é feito, de maneira que é entendido pela IURD que a religião em referencia carrega elementos singulares os que a torna “Matriz Religiosa Brasileira” e é entendida como:

As características principais da Matriz Religiosa Brasileira, em geral, e da Umbanda, em particular, são: a) uma religiosidade individual, que mescla elementos de diferentes origens; b) a existência de ‘espíritosbons’ ou maus, sejam da natureza ou de antepassados (‘anjos’, ‘santos’, ‘demônios’ espíritos da natureza); c) o contato

¹⁷⁰CAMPOS, 2005, p. 103.

¹⁷¹REFKALEFSKY, Eduardo. et al. *Comunicação, marketing e religião: o mercado da fé no Brasil*. In: Mesa apresentada no Multicom, Colóquios Multitemáticos em Comunicação no XXIX Intercom, Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Comunicação, UnB, Brasília (DF), set. 2006.

¹⁷²KOTLER, 2000, p. 322.

¹⁷³ORO, 1997, p. 08.

¹⁷⁴ORO, 1997, p. 08.

direto com o Sagrado (através das incorporações de ‘espíritos’ ou de ‘magias’); d) o caráter utilitarista e prático de soluções ‘mágicas’ para a solução de problemas cotidianos; e) a relação de trocas (*do ut des* — ‘eu te ajudo para que você me ajude’) com os ‘espíritos’ e o Sagrado, de modo geral¹⁷⁵.

O autor corrobora ainda que a IURD, não apenas persegue a Umbanda, como também introduz em suas práticas religiosas características umbandistas. Porém essas características como “matriz religiosa”, é mostrado com um posicionamento de juízos de valores em um estilo maniqueísta do lado bom. Refkalefsky fala que a IURD carrega consigo de maneira conservadora as peculiaridades da umbanda em suas doutrinas e em suas práticas de culto, porém, de um lado puro e santo, sem prerrogativas do mal, como terreiros e centros de umbanda, tudo é feito na própria IURD. A partir dessa linha de culto, todo o discurso da IURD, em seus inúmeros meios de comunicação em massa, sejam eles canais de televisão, panfletos, rádio, internet entre outros, levando consigo uma possibilidade de interação, de comunicação de pessoas desse mundo com entes mágicos, que é tão característico da matriz religiosa, de tal maneira que ela gera em seu discurso a possibilidade de crença de todas as pessoas, como o tradicional protestantismo já o fez. A IURD não entra em conflito com a massa da população do país, pois ela “não altera o juízo de existência (realidade) da religiosidade brasileira, apenas altera o juízo de valor”¹⁷⁶.

No discurso de Edir Macedo, principal líder da IURD, esse juízo de valores está presente de forma evidente, quando o mesmo fala em algumas obras entre elas “Orixás, Caboclos e Guias: Deuses ou Demônios?”. Macedo mostra juízo de valores quando atribui o subdesenvolvimento das nações a determinadas crenças religiosas, ou seja, problemas econômicos, educacionais entre outros. Macedo escreve em seu livro que:

Se o povo brasileiro tivesse os olhos bem abertos contra a feitiçaria, a bruxaria e a magia, oficializadas pela umbanda, quimbanda, candomblé, kardecismo e outros nomes, que vivem destruindo as vidas e os lares, certamente seríamos um país bem mais desenvolvido¹⁷⁷.

Cabe ressaltar o apontamento feito pela pesquisadora Machado, quando faz o levantamento em seu artigo magia e a ética no pentecostalismo brasileiro, que destaca um número de 81% dos pentecostais brasileiros acreditam nas forças e na intervenção de seres como anjos e demônios em seu contexto de vida contemporânea. A pesquisadora traz o

¹⁷⁵REFKALEFSKY, 2006, p. 09.

¹⁷⁶REFKALEFSKY, 2006, p. 09.

¹⁷⁷MACEDO, Edir B. *Orixás, Caboclos e Guias: Deuses ou Demônios?* Rio de Janeiro: Universal Produções. 1987. p. 36.

comparativo do mesmo estudo feito a terceiros e observa que o percentual não se altera, verificando que essas práticas são aceitas na sociedade¹⁷⁸.

Podemos verificar que a IURD se enquadra perfeitamente na pesquisa de Machado, visto a transmissão de experiências de possessão e rituais de exorcismo em que os seus líderes embatem uma guerra e os mesmos saem vitoriosos, pois expulsão a entidade e liberta o indivíduo. De tal maneira a preocupação da igreja está em divulgar os seus serviços/produtos mágicos e a conseguir a adesão de novos adeptos/fieis para sua expansão.

Kotler quando discursa a respeito de se atingir as expectativas dos clientes, fala que o mesmo precisa ser levado à satisfação e ao fascínio, pois dessa maneira os sentimentos que se despertarão nessa experiência são fatores que desencadearam a compra ou não do produto, e ainda a disseminação do bom resultado¹⁷⁹.

De tal modo todos os casos que são apresentados pela IURD, visam o sucesso, onde o que foi determinado foi recebido, ou seja, uma instituição que gera resultados. Também de modo a qualificar a IURD, vemos o seu discurso de prosperidade baseado no momentâneo. Campos, quando discorre sobre as atribuições dadas ao um pastor da IURD, fala que “os pastores neopentecostais iurdianos, simplesmente se calam diante da morte”¹⁸⁰, diferentemente dos protestantes históricos, que “fazem do ofício fúnebre uma oportunidade para consolar os aflitos e, eventualmente conquistar novos adeptos”¹⁸¹. Ainda para Campos, essa leitura se dá pelo fato de que “a morte, a dor, e o sofrimento, situações limites da vida humana, na cosmovisão neopentecostal estão associadas à atuação das forças demoníacas”¹⁸². E por fim Campos observa que a formação de um pastor iurdiano é voltada para o discurso e a prática de arrecadação de dízimos, ofertas e venda de bens de consumo mágicos, ou seja quanto melhor a formação, melhor a forma de arrecadação. O pesquisador fala sobre a citação da obra de Mario Justino, cujo a mãe frequentou o templo da IURD no estado do Rio de Janeiro, porém ela veio a óbito. Porém seis meses depois de seu falecimento chega em sua residência uma correspondência:

Prezada irmã. Ultimamente temos sentido a falta de sua preciosa presença nos cultos de louvores ao Divino Espírito Santo. Lembre-se: ‘resisti ao diabo e ele fugirá de vós’. Espero ver-te na próxima Ceia do Senhor. Paz seja convosco. Seu escravo em

¹⁷⁸THE PEW FORUM ON RELIGION AND PUBLIC LIFE. Spirit and Power: A Ten-Country Survey of Pentecostals. Disponível em: <<http://www.pewforum.org/2006/10/05/spirit-and-power/>>. Acesso em 24 out. 2014. *apud* MACHADO, Maria das Dores C. *A magia e a ética no pentecostalismo brasileiro*. Estudos de Religião, Rio de Janeiro, ano 21, n. 33, p. 12-26, jul./dez. 2007. p. 14.

¹⁷⁹KOTLER, 2000, p. 205.

¹⁸⁰CAMPOS, 1999, p. 402.

¹⁸¹CAMPOS, 1999, p. 403.

¹⁸²CAMPOS, 1999, p. 403.

Cristo, Pastor Ricardo Pellegrini. *P.S. O dízimo da irmã está atrasado em cinco meses*¹⁸³.

Tendo visto, é notado o posicionamento da iurd quando o assunto é do trato financeiro.

3.3 Templo de Salomão: Um congresso de sucesso nos tempos de crise

No dia trinta e um de julho de 2014, foi inaugurado em São Paulo no bairro do Brás, na zona leste, em terreno de aproximadamente 35 mil m², que corresponde a cinco campos de futebol. O Templo de Salomão é replica do templo destruído por Nabucodonosor II da Babilônia em 586 a.C. Edir Macedo idealizador do monumento esteve comandando toda a cerimonia de inauguração, que inclusive contou com a presença da até então presidente da república Dilma Rousseff, o governador de São Paulo em exercício, entre outras autoridades políticas. Estima-se que a obra custou para Macedo em torno de seiscentos e oitenta e cinco milhões de reais¹⁸⁴.



Figura 1 – Vista aérea do Templo de Salomão (IURD)
Foto: Anderson Chaurais/Abril Comunicações SA - 27/05/2014
Fonte: Jornal Estadão versão *on line*¹⁸⁵

O empreendedorismo conta com uma infraestrutura altamente moderna, concedendo o acesso de qualquer pessoa com deficiência física. De certo modo o Templo de Salomão

¹⁸³CAMPOS, 1999, p. 403.

¹⁸⁴Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/07/templo-de-salomao-e-inaugurado-em-saopaulo.html>>. Acesso em: 02. set. 2016.

¹⁸⁵Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,universal-chama-politicos-para-abertura-de-templo-imp-,1513372>>. Acesso em: 02 jul. 2016.

denota uma clara tentativa de demonstração de poder e legitimação da Igreja Universal do Reino de Deus, sendo essa considerada a principal representante da fé evangélica na América Latina e no mundo.

Bispo Macedo, ao falar sobre o Templo de Salomão:

Não se trata de um projeto denominacional, muito menos pessoal, mas algo tão glorioso, do ponto de vista espiritual, que transcende a própria razão. Certamente, despertará a fé adormecida dos frios ou mornos na fé e os arremeterá a um avivamento nacional e, em seguida, mundial¹⁸⁶.

A Igreja Universal do Reino de Deus carrega toda a simbologia e arquétipo do templo de Salomão bíblico, pois objetiva a centralidade e a legitimidade de Deus. Observa-se que no livro de Malaquias, capítulo três, o versículo mostra a importância do templo para os judeus, e que faz referência de maneira direta à vinda de um mensageiro de Deus, “[...] eu enviarei o meu mensageiro, que preparará o caminho diante de mim. E então, de repente o Senhor que vocês buscam virá para o seu templo [...]”¹⁸⁷. Nota-se também no livro de Malaquias a proposta de reconciliamento com Deus e pagamentos de ofertas e em troca o recebimento de muitas bênçãos.

Desde o tempo dos seus antepassados vocês se desviaram dos meus decretos e não lhes obedeceram. Voltem para mim e eu voltarei para vocês, diz o Senhor dos Exércitos. Mas vocês perguntam: Como voltaremos? Pode um homem roubar de Deus? Contudo vocês estão me roubando. E ainda perguntam: Como é que te roubamos? Nos dízimos e nas ofertas. Vocês estão debaixo de grande maldição porque estão me roubando; a nação toda está me roubando. Tragam o dízimo todo ao depósito do templo, para que haja alimento em minha casa. Ponham-me à prova, diz o Senhor dos Exércitos, e vejam se não vou abrir as comportas dos céus e derramar sobre vocês tantas bênçãos que nem terão onde guardá-las¹⁸⁸.

Várias críticas são lançadas à IURD, que vão desde seu sistema na doutrina, que envolve rituais sincretizados e que por diversas vezes, aproxima-se, através de elementos simbólicos, de outras religiões brasileiras. Todavia, na sociedade contemporânea e moderna, e também que vive um individualismo assustador, a base se encontra regida em leis de mercado, ou seja, um dos meios que as igrejas buscam seus fieis/clientes conquistando assim o tão acirrado mercado religioso.

Bourdieu, fala da religião como um sistema simbólico de comunicação, de pensamento e de produção de um sentido, que consegue contribuir para a possibilidade de

¹⁸⁶Depoimento de Edir Macedo sobre o Templo de Salomão. Disponível em: <<http://www.otemplodesalomao.com/#/otemplo>>. Acesso em: 15 set. 2016.

¹⁸⁷Bíblia *on line*. Velho Testamento. Livro de Malaquias, capítulo 3, vers. 1. Disponível em: <<https://www.bibliaonline.com.br/nvi/ml/3>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

¹⁸⁸Bíblia *on line*. Velho Testamento. Livro de Malaquias, capítulo 3 de 7 a 10. Disponível em: <<https://www.bibliaonline.com.br/nvi/ml/3>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

perceber, e o templo de Salomão é uma retratação dessa fabricação de poder simbólico, que produz nos fiéis uma imagem geográfica e física, assim como para os católicos a Basílica de São Pedro ou o Santuário de Aparecida, e ainda o Santuário de Ka’Bah que fica na cidade de Meca na Arábia Saudita para os mulçumanos. A religião através dessa forma contribui enquanto linguagem, “desenhe o círculo mágico em torno do povo a que pertence um círculo de que não se pode sair sem saltar para dentro”¹⁸⁹.

No templo de Salomão todos os dias da semana é possível encontrar uma reunião específica para uma área da vida humana. Todas as segundas feiras acontecem no templo o que os iurdianos chamam de “congresso de sucesso”, onde as pessoas que frequentam procuram orientações especificamente para a vida financeira. As terças feiras ocorre a “sessão do descarrego” onde a pessoa que está com problemas espirituais vão ser tratadas e exorcizadas, na quarta feira tem a “noite da salvação” onde se busca de maneira focada a salvação espiritual, na quinta feira a “terapia do amor” onde as reuniões servem de encontro para pessoas solteiras arrumarem casamentos, na sexta feira é realizado a “libertação” sendo um pouco parecido com o descarrego, porém a libertação é para casos mais graves, todavia mantém-se o exorcismo e por fim no domingo há reunião do “encontro com Deus”, onde os fiéis são orientados a ter uma vida de busca espiritual mais completa¹⁹⁰.

Com essa dinâmica semanal a IURD consegue atender no templo e em todas as suas sedes a diferentes tipos de demandas, ou seja, quando se delimita um público de acordo com as suas especificidades sejam elas, curas, problemas financeiros, problemas de relacionamentos, entre outros, a eficiência de se garantir um resultado eficaz é bem maior¹⁹¹. Em uma das reuniões no Templo:

A Terapia do Amor, reunião realizada na Igreja Universal do Reino de Deus, é voltada para as questões sentimentais. Pessoas que estão em busca de uma vida amorosa bem-sucedida não devem deixar de participar. A escolha amorosa adequada nem sempre depende exclusivamente da pessoa. É por este motivo que nas reuniões, com base nas Sagradas Escrituras, bispos e pastores ensinam que, para uma vida sentimental harmoniosa, é necessário estruturar primeiramente uma aliança com Deus, pois esta é a base para a felicidade plena. O encontro é importante para os que são casados, para aqueles que já têm um relacionamento e para os solteiros que estão em busca de um amor. Os testemunhos de vidas transformadas são cada vez mais frequentes. Milhares de pessoas têm comprovado o Poder de Deus em suas vidas¹⁹².

¹⁸⁹BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007. p. 27.

¹⁹⁰Templo de Salomão. Disponível em: <<http://www.otemplodesalomao.com/#/construcao>>. Acesso em: 02 ago.2016.

¹⁹¹ARAÚJO, Isael. *Dicionário do movimento pentecostal*. Rio de Janeiro: CPAD, 2007.

¹⁹²Disponível em: <<http://www.arcauniversal.com/iurd/reunioes.html?dia=sex>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Podemos também trazer para contribuição nesse momento do trabalho um olhar weberiano de ação social quando mostra as relações entre organizações ocidentais e a ética capitalista, o que mostra a ação da IURD e sua finalidade em atingir várias classes diferentes, ou seja, como foi mostrado acima, de acordo com sua necessidade, legitimando assim sua dominação e garantido com essa precisão maior vendas em produtos mágicos.

Por fim, a análise de Weber entendida como coerência no que tange a utilização de meios apropriados para se alcançar fins pré-estabelecidos, como resultado uma ação social percebida como conduta de um indivíduo ou um grupo, permitindo assim concluir que a Igreja Universal do Reino de Deus, tem de forma intencional e clara um vislumbamento de ação econômica¹⁹³.

3.4 A “mcdonaldização” iurdiana

Para início dessa discussão faz-se necessário a compreensão do termo “mcdonaldização”. O termo refere-se às características que empregam quatro dimensões: eficiência, calculabilidade, previsibilidade e controle. Esses conceitos são utilizados pelo sociólogo George Ritzer¹⁹⁴. Será feita uma abordagem comparativa entre a IURD e a “mcdonaldização”.

George Ritzer mostra um depoimento de um funcionário da mais famosa rede de *fast food* na Cingapura:

O Mcdonald's vende um sistema... não um produto. Esse sistema envolve vários setores da sociedade, tais como: sistema judiciário, relações familiares, drogas, Internet, educação, política e é claro, a religião. Para tornar claro este aspecto, buscamos exemplificar. A Internet, por exemplo, visa homogeneizar o uso e a experiência dos usuários de 's surfar' pela rede mundial. Os currículos escolares que são padronizados com planos de lições de antemão preparados para a aplicação dos professores em relação aos alunos e ainda na religião, com as megas igrejas e as franchises¹⁹⁵.

Tratando das quatro dimensões para a mcdonaldização, a eficiência é a primeira a ser trabalhada. Entende-se por eficiência o método que se otimiza a chegada de um lugar para o

¹⁹³MORAES, L. F. R. et al. *O paradigma weberiano da ação social: um ensaio sobre a compreensão do sentido, a criação de tipos ideais e suas aplicações na teoria organizacional*. RAC, v. 7, n. 2, p. 57-71, abr./jun. 2003. p. 62.

¹⁹⁴MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: <http://www.acsrn.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilermedeMoura.pdf>. Acesso em: 08 de jun. 2016. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society 5*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 2008.

¹⁹⁵MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: <http://www.acsrn.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilermedeMoura.pdf>. Acesso em: 08/06/16. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society 5*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 2008.

outro, e gera com essa chegada uma satisfação, de maneira tal que a necessidade do cliente precisará ser atendida em sua totalidade. Visto isso, compara-se a IURD a essa primeira dimensão, vislumbrando-se que o perfil se encaixa. A comunidade que participa das reuniões da IURD chega com uma necessidade/problema seja ele de cunho financeiro, saúde, desemprego, vícios, estruturação familiar entre outros, eles têm a esperança pautada em sua fé. E a IURD se prepara com excelência para receber essa comunidade de forma que para cada público específico tem uma reunião semanal, visto a separar bem o seu nicho de mercado e garantir com isso o cumprimento da primeira dimensão, a eficiência¹⁹⁶.

Outro bom exemplo da eficiência de “mcdonaldização” notado na IURD e em seu sistema é a implantação do serviço de *drive-thru*. Uma empresa de grande porte que carrega a proposta de um *drive-thru*, tem por finalidade fazer com que os seus clientes só passem com os seus automóveis na pista de atendimento, escolham seus lanches, paguem por eles, e logo vão embora, criando assim um modelo de fordismo. Para essas empresas esse sistema gera eficiência, visto que o consumidor não precisa adentrar a loja e isso geraria mais mesas ocupadas, mais lixo gerado, menos vaga no estacionamento local, ou seja, vende seu produto com eficiência e o próprio cliente trabalha para a empresa sem nenhum tipo de gasto com isso¹⁹⁷.

A IURD de maneira curiosa foi à pioneira em criar um modelo de “*drive-thru* da oração”, onde o fiel/cliente tem a o acesso ao recebimento de uma oração sem precisar sair de seu veículo. “O procedimento é simples: o ocupante do automóvel recebe um folheto de apresentação da Igreja, com informações sobre as reuniões e, de dentro do carro, explica para o pastor o problema que tem vivido, recebe oração e segue viagem”¹⁹⁸.

O idealizador do projeto é o pastor Osvaldo Volpini, ele explica sobre o “*drive-thru* da oração”:

Trata-se de uma tenda de oração em que um pastor atende e conversa com o motorista que parou ali, conhece seus problemas e realiza uma oração pelas pessoas que estão no carro. Perguntamos se existe alguma área da vida da pessoa em que precisa da ajuda de Deus, conversamos com os motoristas e em seguida fazemos uma oração com eles. Eles sempre agradecem e ao nos despedirmos damos de presente um CD com as canções preferidas do Bispo Edir Macedo. Todos os dias aproximadamente 50 carros passam pela tenda, muitas vezes com até cinco pessoas. Todos esses motoristas e passageiros são convidados a participar das reuniões da Universal e grande parte deles aceita o convite. Muitas pessoas não têm forças para

¹⁹⁶ ARAÚJO, 2007, p. 376

¹⁹⁷ MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: <http://www.acsrm.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilhermeMoura.pdf>. Acesso em: 08 de jun. 2016. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society 5*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 2008.

¹⁹⁸ Disponível em: <<http://www.universal.org/noticia/2014/12/21/universal-inaugura-novo-drive-thru-de-oracao-31653.html>>. Acesso em: 17 jun. 2016

participar de uma reunião, já no Drive-thru de Oração ela nem precisa sair do carro, explica o pastor. Isso dá força para que ela entre na Universal e participe da reunião¹⁹⁹.

Cabe ressaltar que a ideia do *drive-thru* das empresas seria que com minimização de consumidores na loja. O objetivo da IURD é contrário. Através desse serviço rápido e cômodo, o fiel/cliente tenha saído satisfeito, e por conta dessa eficiência o mesmo tenha vontade de comparecer em um templo físico²⁰⁰.

A segunda dimensão a ser trabalhada na lógica “mcdonaldizada” é a calculabilidade. É considerada e percebida a partir da quantidade de seus produtos e seus serviços oferecidos em um determinado prazo de tempo e de baixa onerosidade. O importante para a calculabilidade seria o volume e não a qualidade dos produtos e serviços. A cultura da “mcdonaldização” prega que “o maior é o melhor”, Ritzer ainda pondera que: “sociedades que tendem a valorizar a quantidade tendem a ser altamente medíocres”²⁰¹.

Se depararmos a visão de Ritzer não é difícil encontrarmos igrejas se gabando pela quantidade de sedes, quantidade da membresia, os templos gigantescos, os hollywoodianos shows evangélicos e outros. Tanto que o objeto de pesquisa desse trabalho, a IURD, teve todos os holofotes na construção de seu megatemplo, o templo de Salomão como já foi abordado anteriormente. Ou seja, a prioridade é a ênfase dada aos números.

Outra forma de calculabilidade é a conquista geopolítica religiosa, ou seja, as denominações mostram de maneira enfática a quantidade de sedes/templos espalhados pelo mundo como sinal de soberania. A IURD faz questão de mostrar seus números que já atingiram mais de 170 países com pelo menos um templo iurdiano²⁰².

Moura fazendo citação a Ritzer mostra que:

Uma sociedade ‘mcdonaldizada’ valoriza os números. Médicos são valorizados e ganham comissão pelo número de cirurgias que fazem (o que leva a atender pacientes de forma mais rápida e mais desumanizada, o que explica também o elevado número de cesarianas nos partos), estudantes e professores universitários são avaliados pelo número de trabalhos publicados (e não pela qualidade) e pelo valor numérico que atribui conceitos mais elevados para periódicos mais prestigiados e menores aos menos prestigiados (estudantes dos EUA buscam professores menos exigentes para aumentar a sua média com menos esforço), esportistas buscam quebrar recordes individuais (dizem que os estadunidenses não

¹⁹⁹Disponível em: <<http://www.universal.org/noticia/2014/12/21/universal-inaugura-novo-drive-thru-de-oracao-31653.html>>. Acesso em: 17 jun. 2016

²⁰⁰MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: <http://www.acsrn.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilermedeMoura.pdf>. Acesso em: 08/06/16. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society* 5. Thousand Oaks, California:Pine Forge Press, 2008.

²⁰¹MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: <http://www.acsrn.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilermedeMoura.pdf>. Acesso em: 08 de jun. 2016. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society* 5. Thousand Oaks, California:Pine Forge Press, 2008.

²⁰²Disponível em: <<http://www.universal.org/institucional/historia-da-universal.html>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

gostam de futebol porque os placares são baixos se comparados aos esportes como basquete e beisebol, bem mais populares por lá), programas de TV buscam aumentar audiências, a lista é enorme, e inclui obviamente a religião. Não é à toa que o carro-chefe do McDonald's é o Big Mac, referência ao seu tamanho²⁰³.

Visto isso, é possível entender que a sociedade “mcdonaldizada” dá valor aos números sendo importante a quantidade e não a qualidade. Tendo uma visão de que se tem muito ou se é grande é bom, porém não é uma via de regra.

A terceira dimensão é a previsibilidade. Quando analisamos o McDonald's vemos que um dos motivos de grande sucesso são os parâmetros de uniformidades da empresa. O que significa que independentemente de lugar no mundo em você esteja, se no local tiver um McDonald's você vai poder pedir um *big mac*. É preferível comer algo que já se conhece do que se aventurar a experimentar algo novo que possa a não vir gostar²⁰⁴. Porém não se pode excluir as realidades culturais e se enquadrar a medida do possível a elas, considerando estratégias para adaptação de novos membros, quando se trata de sedes espalhadas pelo mundo. A IURD usa o mesmo logo tipo “Pare de sofrer”, entretanto quando fala-se em uma reunião da terapia do amor na Argentina, vê-se uma possibilidade, porém se falar em sessão de descarrego na Rússia, não cabe, visto não se enquadrar nos costume da região. Visto isso, há a mobilidade de adaptação, porém sem perda da previsibilidade²⁰⁵.

Outra questão ligada à previsibilidade é o carisma, que segundo Oro:

Os líderes dessas denominações são apresentados com uma admiração singular e tem o seu poder atribuído devido às características e poderes extraordinários. É difícil imaginar a Igreja Renascer em Cristo sem Estevão Hernandez a Igreja Mundial do Poder de Deus sem Valdemiro Santiago, a Igreja Internacional da Graça sem R.R. Soares, a Igreja Universal do Reino de Deus sem Edir Macedo, a Igreja Sara Nossa Terra sem Robson Rodovalho²⁰⁶.

A previsibilidade é notada também na popularidade do líder eclesial, visto que os liderados, assim como outros pastores da igreja, começam a parecer, falar e se portar como o líder eclesial. É notória a similaridade entre os pastores da IURD com seu grande líder Macedo, ao ponto de usarem a mesma entonação vocal e frases como: “em o nome de Jesus”. Não é apenas convivência ou admiração pelo líder, os pastores da IURD seguem uma linha de

²⁰³MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: <http://www.acsrn.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilermedeMoura.pdf>. Acesso em: 08 de jun. 2016. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society* 5. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 2008.

²⁰⁴MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: <http://www.acsrn.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilermedeMoura.pdf>. Acesso em: 08 de jun. 2016. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society* 5. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 2008.

²⁰⁵MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: <http://www.acsrn.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilermedeMoura.pdf>. Acesso em: 08 de jun. 2016. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society* 5. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 2008.

²⁰⁶ORO Ari Pedro. *Avanço pentecostal e reação católica*. Petrópolis: Vozes, 1996.

similaridade para tornarem os elementos de cultos previsíveis. E por fim, a quarta dimensão é o controle, visto como uma lógica da prática de fordismo, que segue uma linha única de produção, onde funcionário e consumidores seguem rigorosamente uma prática pré-estabelecida. Porém como fazer analogia de controle e a IURD?

O controle é observado através da domesticação do fiel. É notado que dentro das igrejas neopentecostais não se é comum uso das escolas bíblicas dominicais e nem mesmo de um espaço onde os fieis possam expressar suas opiniões ou discutir teologia. É notado também a falta de seminários teológicos. Ou seja, o intuito é de fazer fieis não pensantes, fieis que se padronizam a uma linha de pensamento, não exprimindo nenhum tipo de opinião, visto nem ter condições para formulá-las, pois as verdades prontas são lançadas aos mesmos. A administração que conta com a dimensão “mcdonaldizada” de controle, trás em seu seio um exercício centralizado, carregando então consigo regras prontas do que se pode ou não fazer, tendo como ponto de vista a visão da instituição que por sinal tem sempre um dono, como é o caso novamente da IURD²⁰⁷.

Rossi corrobora que “controle teológico inviabiliza a conscientização do indivíduo”²⁰⁸. Cria-se uma teologia cega, que não abre margens para qualquer contestação. A centralização do poder eclesial também gera opressão no sentido esse se tornar intocável o líder em questão, pois carrega consigo um grande carisma, o que gera maior afastamento do membro comum, gerando também repulsa, qualquer pessoa que pense em burlar ou simplesmente discordar das regras pré-estabelecidas²⁰⁹.

Por fim através das quatro dimensões explanadas vê-se que a IURD se enquadra em ambas as dimensões, tornando-se então uma instituição mcdonaldizada, proporcionando ao seu fiel um contexto de que todos os seus problemas serão resolvidos em um passe de mágicas e em curto prazo de tempo e com certeza o fiel irá sair satisfeito, porém precisa se enquadrar às regras propostas.

3.5 Resumo

O terceiro capítulo trouxe as práticas de marketing e seus diversos conceitos e mudanças ao longo do tempo através de Las Casas, fazendo uma associação com as práticas

²⁰⁷ROSSI, Luiz Alexandre Solano. *Jesus vai ao Mcdonald's: teologia e sociedade do consumo*. São Paulo: Fonte Editorial, 2008.

²⁰⁸ROSSI. 2008, p. 137.

de trabalho iurdiana através de Leonildo e Campos. Em seguida foram analisados os nichos de mercado e a percepção que a liderança da Igreja Universal do Reino de Deus carrega, visto que a partir desses nichos até os cultos são moldados. Foi também abordado sobre o monumental Templo de Salomão e sua representação simbólica e financeira para a IURD e por fim, foi exposto de maneira comparativa através do sociólogo Ritzer, no que tange a “mcdonaldização” da IURD, trazendo para a discussão as quatro dimensões: eficiência, calculabilidade, previsibilidade e controle.



CONCLUSÃO

Este estudo teve o objetivo de reunir e descrever, usando como método referencial bibliográfico, autores, pesquisa e trabalhos, de maneira diversificada, trazendo análises, discussões e reflexões sobre o pentecostalismo e a economia. O interesse do estudo foi lançar um olhar crítico sobre o empreendedorismo presente na Igreja Universal do Reino de Deus, e o possível uso da administração capitalista em sua essência.

A análise do presente estudo se deu a partir de fatos históricos, que de maneira direta ou indireta incidiu na quebra do monopólio da Igreja Católica, em uma desregulação do mercado religioso, cominando assim na pluralidade religiosa do ocidente.

O desdobramento do trabalho discutiu a possibilidade de relação entre a religião e o capitalismo. Adicionando assim a IURD no cerne dessa discussão, com a hipótese de se comprovar a presença de uma administração capitalista, ou se essa relação seria apenas mais um fenômeno apresentado na história da igreja.

Com esse intuito objetivou-se uma linha de construção histórica que se deu a partir da inserção do protestantismo no Brasil, da chegada do pentecostalismo e o aparecimento do neopentecostalismo, e assim o surgimento e a expansão do objeto de pesquisa desse trabalho, a Igreja Universal do Reino de Deus.

As análises realizadas nesse referido estudo apontaram que a IURD foi uma das denominações que mais se destacaram no que tange a expansão mostrando práticas de inovação, de modernização e adaptando suas práticas ao dia a dia. Tendo em vista essas ações empreendedoras de representantes da IURD, vislumbrou-se então que a igreja tem o foco de estar presente no mercado religioso e seus serviços religiosos, lançando mão de práticas e estratégias administrativas, resultando com essas práticas o sucesso da Igreja Universal do Reino de Deus. E não só um sucesso momentâneo, mas garantindo essa posição no mercado religioso, o que não é fácil visto às constantes mudanças nesse mercado.

Assim como a globalização impôs às organizações capitalistas um cenário competitivo e dinâmico no mercado de bens e serviços, o pluralismo, de maneira semelhante, impõe as mesmas condições às religiões e igrejas, em um campo religioso, metaforicamente comparado a um mercado. Dessa forma, a IURD posiciona-se empregando as suas ações de gestão administrativa e financeira, centralização das decisões, profissionalização (administrativa) dos seus quadros, adoção de planejamento de *marketing*, uso de metas de produtividade para pastores e bispos, a renúncia de condutas ascéticas e sectárias e a conformação das tradições em produtos e serviços mágicos, objetivando adequar-se ao cenário retratado.

A Igreja Universal do Reino de Deus segue, assim como Joseph Schumpeter citou, um processo de inovação, demonstrando sua capacidade criativa nesse processo chamado de destruição criativa. Tanto que a IURD prepara uma dinâmica semanal, a qual consegue atender, em todas as suas sedes, a diferentes tipos de demandas, ou seja, quando se delimita um público de acordo com as suas especificidades, sejam elas, curas, problemas financeiros, problemas de relacionamentos, entre outros, a eficiência de se garantir um resultado eficaz é bem maior, ou seja, para cada dia da semana um culto diferente para as necessidades diferentes.

Nesse momento pode-se atribuir a discussão o entendimento de sociólogo de George Ritzer de “mcdonaldização” quando mostra as quatro dimensões: eficiência, calculabilidade, previsibilidade e controle, caracterizando assim a “mcdonaldização” da IURD e mais uma vez se enquadrando em uma administração capitalista inovadora e moderna, assim como corrobora Rossi.

A partir dessa visão é visto que IURD é multifacetada e se estende a satisfazer as necessidades mais individuais, obtendo êxito na satisfação do cliente/fiel e além de fazer negócios, sejam eles vendas de produtos mágicos, ou apenas uma sessão de exorcismo, ela propaga a sua marca e se expande a cada dia, mantendo-se viva.

Assim como já apresentado sobre a “destruição criativa” de Schumpeter, a IURD consegue empreender ações que lhe garantem fôlego em um mercado, onde as constantes revoluções nas estruturas fazem sucumbir o velho e emergir o novo, talvez nem tão novo, embora (re)significado.

A Igreja Universal segue as concepções de empreendedorismo de Schumpeter, ao demonstrar sua capacidade de revolucionar a lógica de produção, explorando a inovação, criando, desenvolvendo, implementando, reformulando um produto, um serviço ou um processo. Na IURD tem: a “terapia do amor”, a “reunião da prosperidade”, a “sessão do descarrego”, a “reunião de libertação”, o “jejum das causas impossíveis” e a “corrente da mesa branca”. Na IURD o fiel também: retira os “encostos”, o “mau olhado” e “fecha o corpo”. A IURD ainda borrifa água benta e sal grosso com galhos de arruda, distribui fitas com versículos bíblicos semelhantes as do Senhor do Bonfim, prega em cemitérios no dia de Finados e distribui balas para os fiéis no dia de Cosme e Damião. É possível perceber que os produtos e serviços da IURD não se apresentam como um bloco monolítico, mas como uma teia complexa que se estende em direção às necessidades e desejos mais individuais dos seus fiéis.

A visão de seu líder está tão inserida em um sistema administrativo capitalista que ao longo dos anos a IURD lançou vários produtos no mercado religioso, que vão desde canetas, bíblias, CDs, a *tour* ao Templo de Salomão, e por fim a IURD, sempre inovando, gerando um novo serviço, “*drive thru* de oração”.

Assim, nesse mundo altamente globalizado, que impõe um cenário de alta competitividade, está posicionada a IURD. Com sua gestão administrativa financeira focada e centralizada em decisões, profissionalizando o seus funcionários, adotando métodos de marketing e usando metas de produtividade, vendas e participação nos lucros, e assim vem obtendo êxito em sua jornada.

O resultado deste trabalho aponta para a percepção de que as ações empreendedoras das lideranças da Igreja Universal do Reino de Deus objetivam o protagonismo da igreja no mercado de serviços mágicos/religiosos e, para isso, lançam mão de modernas estratégias de administração. O empreendedorismo apresenta se então como uma das razões do sucesso da Igreja Universal.

Assim como a globalização impôs às organizações capitalistas um cenário competitivo e dinâmico no mercado de bens e serviços, o pluralismo, de maneira semelhante, impõe as mesmas condições às religiões e igrejas, em um campo religioso, metaforicamente comparado a um mercado. Dessa forma, a IURD posiciona-se empregando as suas ações de gestão administrativa e financeira, centralização das decisões, profissionalização (administrativa) dos seus quadros, adoção de planejamento de *marketing*, uso de metas de produtividade para pastores e bispos, a renúncia de condutas ascéticas e sectárias e a conformação das tradições em produtos e serviços mágicos, objetivando adequar-se ao cenário retratado.

De uma funerária ao monumental templo de Salomão, Edir Macedo de um simples servidor público ao um notório nome presente na revista *Forbes*, sendo considerado como um dos milionários brasileiros, porém uma grande jornada de fato foi galgada em um ambiente de desregulação, pluralismo e liberdade religiosa. Nesse trajeto, a IURD se destacou usando as práticas de administração capitalista, alcançando uma vasta liderança no mercado religioso brasileiro atual.

Cabe ressaltar no âmbito de um discurso religioso se esta lógica de mercado não se choca, em um determinado ponto, com os princípios pregados no cristianismo, que visam uma recompensa celestial e não terrena voltada para o amor ao próximo dentre outras fundamentações, questão essa que não foi o objeto de pesquisa desse trabalho, havendo a necessidade de pesquisas direcionadas a essa questão. Porém uma questão sobre o que é Religião levantada por Rubens Alves cabe ressaltar:

Não importa que os capitalistas frequentem templos e façam orações, nem que construam cidades sagradas ou sustentem movimentos missionários, nem ainda que haja água benta na inauguração das fábricas e celebrações de ações de graças pela prosperidade, e muito menos que missas sejam rezadas pela eterna salvação de suas almas [...] Este mundo ignora os elementos espirituais. Salários e preços não são estabelecidos nem pela religião e nem pela ética. A riqueza se constrói por meio de uma lógica duramente material: a lógica do lucro, que não conhece a compaixão²¹⁰.

A Igreja Universal do Reino de Deus se apresenta como uma simbologia religiosa, uma ordem de culto, um ensinamento do sagrado, todavia, a IURD mostra uma religiosidade fundada em trocas, apresentando-se interessada em vendas de produtos e serviços, transformando-se em uma comunidade religiosa que tem como seu ethos o capitalismo, ou seja, comercialização do sagrado.



²¹⁰ALVES, Rubem. *O que é religião*. 9. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 70.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, R. de. *Religião na Metrópole Paulista*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 19, n. 56, out. 2004.

ALMEIDA, R. de; MONTEIRO, P. *Trânsito Religioso no Brasil*. Perspectiva [online], São Paulo, v. 15, n. 3, p. 92-100, 2001.

ALVES, Rubem. *O que é religião*. 9. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

ARAÚJO, Isael. *Dicionário do movimento pentecostal*. Rio de Janeiro: CPAD, 2007.

BERGER, P. L. *O Dossel Sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. São Paulo: Paulinas, 1985.

BLEDSOE, David Allen. *Movimento Neopentecostal Brasileiros*. São Paulo, Hagnos, 2012.

Bíblia *on line*. Disponível em: <https://www.bibliaonline.com.br/acf/atos/2>. Acesso em 21 set.2016.

BOMFIM, Adailson. J. R. *Um “Alarido” Neopentecostal: Transversalidade e Ressignificação na Igreja Universal do Reino de Deus*. Dissertação de Mestrado apresentada ao P.P.G. em Sociologia: UFS, Sergipe, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

CALVINO, J. *As Institutas: Tratado da Religião Cristã*. v. 1, Edição Clássica (Latim), Tradução: Waldyr Carvalho Luz, Campinas. s. d. Disponível em: http://gephisnop.weebly.com/uploads/2/3/9/6/23969914/as_intitutas_ou_tratado_da_religiao_crista.pdf. Acesso em: 10 set. 2016.

CAMPÁ, Wania Amélia B. M. *Homens de negócios, homens de fé: novas formas de participação religiosa*. Dissertação (Mestrado em sociologia). PPGS/IUPERJ, Rio de Janeiro, 1998.

CAMPOS, L. S. *A Igreja Universal do Reino de Deus, um empreendimento religioso atual e seus modos de expansão (Brasil, África e Europa)*. Lusotopie, São Bernardo do Campo, p. 355-367, 1999.

CAMPOS, L. S. *Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva*. Revista USP. São Paulo, n. 61, p.146-163, mar./maio 2004.

CAMPOS, L. S. *Teatro Templo e Mercado: Organização de Marketing de Um Empreendimento Neopentecostal*. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio; São Bernardo do Campo: UMESP, 1999.

CAMPOS, L.S. *As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada*. Revista USP, São Paulo, n. 67, p. 100-115, set./nov. 2005.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Profissionalização do Pastor Protestante*. Teoria e Pesquisa, São Carlos, n. 40/41, p. 73-106, jun./jul. 2002.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio Editora e UMESP, 1997. ORO Ari Pedro; CORTEN, André; DOZON, Jean Pierre (Orgs.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.

CARVALHO, José Jorge de. *Um Espaço Público Encantado*. Pluralidade Religiosa e Modernidade no Brasil. Série Antropologia, UNB, 1999.

Centro Brasileiro de Análise e Planejamento. Disponível em: <http://beta.cebrap.org.br/v3/> . Acesso em 16 jun. 2016.

CITELI, M. T.; ROSADO, M. J. *Conversa com Antônio Flávio Pierucci*. Rever, São Paulo, ano 13, n. 2, jul./dez. 2013.

Comissão Permanente de Doutrina da Igreja Presbiteriana do Brasil. Disponível em: http://www.executivaipb.com.br/site/deciso es_importantes/IURD-2007.pdf. Acesso em 04 mar. 2016.

COSTA, F. C. X.; HAGEL, W. *Design Estratégico e Design Para Experiência: A Análise do Caso Igreja Universal do Reino de Deus*. IV Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.ngd.ufsc.br/files/2012/04/Design-Estrat%C3%A9gico-Igreja-Universal.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

COSTA, Hermisten M. P. *Trabalho, Poupança e Frugalidade: Uma análise introdutória da ética social de Calvino*. In: III Congresso Internacional de Ética e Cidadania. Rio de Janeiro, Conferência de abertura, Universidade Presbiteriana Mackenzie: Campus Moraes Júnior, set. 2007.

D'ALAMA, Luna. Marcha para Jesus reúne multidão de evangélicos em São Paulo. G1, São Paulo. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/06/marcha-para-jesus-atrai-2-milhoes-diz-organizacao.html>>. Acesso em: 29 jun. 2015.

DEBORD, G. *A Sociedade do Espetáculo*. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e e-books Brasil, 2003. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/socespetaculo.html>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

Disponível em: <http://www.universal.org/institucional/historia-da-universal.html>. Acesso em: 17 jun. 2016.

Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/07/templo-de-salomao-e-inaugurado-em-saopaulo.html>. Acesso em: 02 set.2016.

DRUCKER, Peter F. *Administração, responsabilidade, tarefas e práticas*. v. 1, S. Paulo, Pioneira, 1975.

DRUCKER, P. F. *Além da Revolução da Informação*. HSM Management. ano 4, n. 18, jan./fev. 2000. Disponível em:

http://www.strategia.com.br/Arquivos/Al%E9m_da_revolu%E7%E3o_da_informa%E7%E3o.pdf . Acesso em: 10 jun. 2016.

DRUCKER, P. F. *Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e Princípios*. São Paulo: Pioneira, 2003.

DRUCKER, P. F. *O Melhor de Peter Drucker*. Tradução de Maria L. Leite Rosa, Arlete Simille Marques e Edite Seiulli. São Paulo: Nobel, 2002.

DRUCKER, P. F. *The Practice of Management*. Nova York: Harper & Row, 1954. Traduzido para o português: *Prática de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro: Fundo da Cultura, 1962.

DUMONT, L. *O individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

ELIADE, M. *O Sagrado e o Profano*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

FEUERBACH, L. *A Essência do Cristianismo*. Tradução e notas de José da Silva Brandão. Petrópolis: Vozes, 2007.

FRESTON, Paul. *Breve história do pentecostalismo brasileiro*. Em: ANTONIAZZI, Alberto et al. *Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo*. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

FRESTON, Paul. *Evangélicos na política brasileira: História ambígua e desafio ético*, Curitiba, Encontro Editora, 1994.

FRESTON, Paul. *Protestantes e política no Brasil: da constituinte ao impeachment*. Tese de doutorado, Departamento de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1993.

GIL, 1997. GIL, Gilberto. *Guerra Santa*, do álbum duplo Quanta (Gil 1997).

GIUMBELLI, Emerson. *O fim da religião: controvérsias acerca das “seitas” e da “liberdade religiosa” no Brasil e na França*. Tese de Doutorado em Antropologia Social, Museu Nacional, UFRJ, 2000.

GOMES, A. M. de Araujo. *O pensamento de João Calvino e a Ética Protestante de Max Weber, aproximações e contrastes*. *Fides Reformata*. São Paulo, v. 7, n. 2, 2002.

HAGEL NETO, W. *Design Estratégico e Mercado da Fé – Estudo de Caso: Igreja Universal do Reino de Deus*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2010.

HERMISTEN, Maia Pereira da Costa. *O Protestantismo e a palavra impressa: Ensaio Introdutório*. Disponível em: http://www.mackenzie.br/fileadmin/Editora/Ciencias_Religio/Artigo5-6.2.pdf. Acesso em: 10 set. 2016.

HOUTART, François. *Mercado e Religião*. Tradução: Claudia Berliner e Renata Cordeiro. São Paulo: Cortez, 2002.

HUME, David. *História Natural da Religião*. Tradução: Jaimir Conte. São Paulo: Unesp, 2004.

JUSTINO, M. *Nos Bastidores do Reino: A vida secreta da Igreja Universal do Reino de Deus*. São Paulo: Geração Editorial, 2002.

KOTLER, P. *Administração de Marketing*. 10. ed. (7ª reimpressão), Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; Revisão Técnica Arão Sapiro, São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P. *Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle*. 5. ed. (tradução da 9ª edição norte americana) São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, P. *Marketing para o Século XXI: Como criar, conquistar e dominar mercados*. 13. ed. São Paulo: Futura, 2003.

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina A. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*. São Paulo: Atlas, 1999. p. 19.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de Serviços*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 10 *apud* SERRANO, Daniel Portillo. O que é Marketing? O Marketing e suas principais definições. Portal do Marketing. Publicado em 06 de abril de 2010. p. 1. Disponível em: http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/O_que_e_Marketing_o_Marketing_e_suas_principais_definicoes.htm . Acesso em: 04 jun. 2016.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de Serviços*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LUTERO, M. *As 95 Teses de Lutero: Debate para o esclarecimento do valor das indulgências*. Disponível em: http://www.luteranos.com.br/lutero/95_teses.html. Acesso em: 10 set. 2016.

MACEDO, Edir. *Vida com abundância*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 1990.

MACEDO, Edir B. *Orixás, Caboclos e Guias: Deuses ou Demônios?* Rio de Janeiro: Universal Produções, 1987.

MACHADO, Maria das Dores C. *A magia e a ética no pentecostalismo brasileiro*. Estudos de Religião. Rio de Janeiro, ano 21, n. 33, p. 12-26, jul./dez. 2007.

MARIANO, Ricardo. *Análise sociológica do crescimento pentecostal no Brasil*. Tese de doutorado em Sociologia, São Paulo: FFLCH-USP, 2001.

MARIANO, Ricardo. *Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religiosos sobre as igrejas pentecostais*. Civitas, Porto Alegre, v. 3, n. 1, p. 111-125, jun. 2003.

MARIANO, Ricardo. *Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal*. Estudos Avançados. São Paulo, v. 18, n. 52, p. 121-138, 2004.

MARIANO, Ricardo. *Igreja Universal do Reino de DEUS: a magia institucionalizada*. Revista USP, São Paulo, n. 31, p. 120-131, set./nov. 1996a.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. 2 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

MARIANO, Ricardo. *O futuro não será protestante*. Ciências Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião, Porto Alegre, ano 1, n. 1, p. 89-114, set. 1999.

MARIANO, Ricardo. *Os neopentecostais e a teologia da prosperidade*. Novos Estudos, CEBRAP, São Paulo, n. 44, p. 24-44, mar. 1996b.

MARIANO, Ricardo. *Sociologia do crescimento pentecostal no Brasil: um balanço*. **Perspectiva Teológica**, Belo Horizonte, v. 43, n. 119, p. 11-36, jan./abr. 2011.

MARIANO, Ricardo. *Usos e limites da teoria da escolha racional da religião*. Tempo Social, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 41-66, nov. 2008.

MARTELLI, Stefano. *A religião na sociedade pós-moderna: entre secularização e dessecularização*. São Paulo: Paulinas, 1995.

MORAES, L. F. R. et al. *O paradigma weberiano da ação social: um ensaio sobre a compreensão do sentido, a criação de tipos ideais e suas aplicações na teoria organizacional*. RAC, v. 7, n. 2, p. 57-71, abr./jun. 2003.

MOURA, Eduardo Guilherme de. *O neopentecostalismo e a “mcdonaldização” da fé*. Disponível em: http://www.acsrm.org/interactivo/fscommand/GT02_GuilhermeMoura.pdf. Acesso em: 08 de jun. 2016. *Apud*: RITZER, George. *The mcdonaldization of society* 5. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press, 2008.

NASCIMENTO, L. F. *Participação nos Lucros ou Resultados*. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis: UFSC. Florianópolis – SC, 2005.

OLIVEIRA, D. M. de. *Entre a fé, a obra social e a publicidade: uma análise crítica do discurso da responsabilidade social da Igreja Universal do Reino de Deus*. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da UFRN. Natal – RN. 2013.

ORO, Ari Pedro. *Neopentecostais e Afro-brasileiros: quem vencerá esta guerra?* Debates do NER, Porto Alegre, ano 1, n. 1, p. 10-36, nov. 1997.

ORO, Ari Pedro. *Neopentecostalismo: dinheiro e magia*. Ilha, Florianópolis, v. 3, n. 1, p. 205-214, nov. 2001.

ORO Ari Pedro. *Avanço pentecostal e reação católica*. Petrópolis: Vozes, 1996.

ORO, Ari Pedro. *Organização eclesial e eficácia política: o caso da Igreja Universal do Reino de Deus*. Civitas, Porto Alegre, v. 3, n. 1, p. 97-110, jun. 2003.

PAEGLE, E. G. de M. A “mcdonaldização” da fé: um estudo sobre os evangélicos brasileiros. *Protestantismo em Revista*, São Leopoldo, v. 17, p. 86-99, set. 2008.

PATRIOTA, K. R. M. P. *Um show destinado às massas: uma reflexão sobre o entretenimento religioso na esfera midiática*. TOMO. São Cristóvão – SE, n. 14, jan./jun. 2009.

PEREIRA, C & Linhares, J 2006. *Os novos pastores*. Veja (12 de julho), p. 78.

PIERUCCI, A. F. *Balanço do Século XX Paradigmas do Século XXI: Sociedade contemporânea*. Documentário gravado no Espaço Cultural CPFL – Campinas em 11 de maio de 2004. TV Cultura. Disponível em: <http://www.cpficultura.com.br/wp/2008/12/30/religiosidade-racionalizacao-e-desencantamento/>. Acesso em 24 ago. 2016.

PIERUCCI, A. F. *De olho na modernidade religiosa*. Tempo Social, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 9-16, nov. 2008.

PIERUCCI, A. F. *Secularização em Max Weber: da contemporânea serventia de voltarmos a acessar aquele velho sentido*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 13, n. 37, jun. 1998.

PIERUCCI, A. F.; PRANDI, R. *A realidade social das religiões no Brasil: religião, sociedade e política*. São Paulo: Hucitec, 1996.

PRANDI, R. *Cidade em transe: religiões populares no Brasil no fim do século da razão*. Revista USP, São Paulo, n. 11, p. 65-70, out./dez. 1991.

RANQUETAT JUNIOR, C. A. *Laicidade, laicismo e secularização: definindo e esclarecendo conceitos*. Rio Grande do Sul, Sociais e Humanas. v. 21, n. 1, UFSM, 2008.

REFKALEFSKY, Eduardo. et al. *Comunicação, marketing e religião: o mercado da fé no Brasil*. In: Mesa apresentada no Multicom, Colóquios Multitemáticos em Comunicação no XXIX Intercom, Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Comunicação, UnB, Brasília (DF), set. 2006.

RODRIGUES, D. dos S.; SOUZA JUNIOR, P. G. dos. *A estreita relação entre movimento migratório e pentecostalismo em dois estados do sudeste brasileiro*. Teoria e Pesquisa, São Carlos, v. 17, n. 2, p. 113-133, jul./dez. 2008.

ROSSI, Luiz Alexandre Solano. *Jesus vai ao Mcdonald's: teologia e sociedade do consumo*. São Paulo: Fonte Editorial, 2008.

ROMEIRO, 2005. *Decepcionados com a Graça: esperanças e frustrações no Brasil*. São Paulo: Mundo Cristão.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Discurso sobre as Ciências e as Artes*. Edição: Ridendo Castigat Mores, 2001. Versão para ebook (eBooksBrasil.com). Fonte digital: www.jahr.org. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/cienciaarte.html>. Acesso em: 12 set. 2015.

SANT'ANNA, Lourival. *Evangélicos atuam forte também em assembleias: O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 abr. 2013. Disponível em:

[http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,evangelicos-atuam-forte-tambem-em-
assembleias,1023500,0.htm](http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,evangelicos-atuam-forte-tambem-em-assembleias,1023500,0.htm) . Acesso em: 07 jun. 2016.

SANTOS, Boaventura Sousa. *Um Discurso sobre as Ciências*. 7. ed. Porto: Afrontamento, 1995.

SANTOS, Eliezer Lírio. *O Impacto da Reforma Protestante na Disseminação do Livro Impresso*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião: Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2012.

SCHUMPETER, 1952, p. 72. *apud* BISPO, C. S., et al. *Empreendedorismo e Inovação*. Instituto Baiano de Ensino Superior IBES. Disponível em: http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf . Acesso em: 06 abr. 2016.

SCHUMPETER, J. A. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Editado por George Allen e Unwin Ltd., traduzido por Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SERRANO, Daniel Portillo. *O que é Marketing? O Marketing e suas principais definições*. Portal do Marketing. Publicado em 06 de abril de 2010. Disponível em: http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/O_que_e_Marketing_o_Marketing_e_suas_principais_definicoes.htm. Acesso em: 04 jun. 2016.

SILVA, B. S. *A Igreja Universal: Misticismo e Mercado*. Dissertação de Mestrado. Departamento de Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas: Unicamp, São Paulo, 2000.

SMITH, Adam. *A Riqueza das Nações: Estudo sobre sua natureza e suas causas*. v. 1, Tradução de Luiz João Baraúna, São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SOUZA, André Ricardo de. *Igreja in concert: padres cantores, mídia e marketing*. São Paulo: Annablume e FAPESP, 2005.

SOUZA, André Ricardo de. *As investidas católicas na mídia*. REVER, São Paulo, v. 9, p. 27-45, 2008. CAMPOS, L. S. *Evangélicos e mídia no Brasil: uma história de acertos e desacertos*. REVER, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 1-26, 2008. Respectivamente.

SOUZA, A. R. de. *O empreendedorismo neopentecostal no Brasil*. Ciências Sociais e Religião, Porto Alegre, ano 13, n. 15, p. 13-34, jul./dez. 2011.

Templo de Salomão. Disponível em: <http://www.otemplodesalomao.com/#/construcao>. Acesso em: 02 ago.2016.

VIEIRA, Paulo Henrique. *A filosofia política de Martinho Lutero*. Estudos Teológicos, Maringá-PR, v. 42, n. 1, p. 58-80, 2002.

WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. 14. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

WEBER, Max. *Economia e Sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensiva*. v. 1, 4. ed. Brasília-DF: UnB. 2000, 2009 (reimpressão).

WEBER, Max. *Ensaio de Sociologia*. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

VERGARA, Sylvia C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004. p. 48.