

# A OFERTA COMO GERADORA DE DEMANDA NO MERCADO RELIGIOSO – UMA AVALIAÇÃO DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS À LUZ DA TEORIA DA *ESCOLHA RACIONAL*

Lourenço Stelio Rega<sup>1</sup>  
*Faculdade Teológica Batista de São Paulo*

## RESUMO

O objetivo do presente ensaio é demonstrar, à luz da teoria da Escolha Racional, que os principais elementos do discurso e práticas da Igreja Universal do Reino de Deus geram oferta que criam sua própria demanda por serviços e bens simbólicos da religião dentro do ambiente do mercado religioso.

**Palavras-chave:** escolha racional, mercado religioso, Igreja Universal do Reino de Deus, oferta e demanda, teologia da prosperidade.

## ABSTRACT

The main objective of the present essay is to demonstrate on the light of the paradigm of the rational choice that the main elements of the discourse and practices of the Universal Church of Kingdom of God generate an offer that creates its own demands for services and symbolic goods of the religion within the atmosphere of the religious market.

**Key words:** rational choice, religious market, Universal Church of Kingdom of God, offer and demand, theology of the prosperity

## Introdução

Possível é observar, atualmente, diversas alterações no campo religioso especialmente considerando que a religião tenha de disputar com outros sistemas o estabelecimento de significação do mundo, uma vez que ela deixa de ser o sistema privilegiado produtor dessa significação, daí a necessidade da religião *concorrer em pé de igualdade com outras propostas simbólicas pela preferência dos indivíduos na sociedade* (Guerra, 2003, p. 22).

Nesse espírito de concorrência é possível perceber o caráter guerreiro da religião mencionado pelo historiador Eduardo Hoornaert.<sup>2</sup> Pode-se considerar que há nisso uma inversão de direção – a religião que normalmente caminha no sentido de “formar as almas”<sup>3</sup> vai ser formada a partir das almas que pretendia formar oferecendo bens simbólicos da salvação para atender as suas demandas. Mas também pode ocorrer o inverso, a religião poderá gerar oferta para criar a sua própria demanda.

De uma sociedade religiosa, onde o indivíduo ia buscar água benta ou a benzedeira para que sua vida viesse a dar certo, estamos passando para uma sociedade tecnocêntrica e de serviços, onde a religião vai em busca do indivíduo oferecendo serviços e produtos religiosos por meios de bens simbólicos e promessas de gratificação e bem estar imediatos. No meio cristão, que assim se expressa, já não se fala mais em conversão, mas em adesão, uma espécie de fidelização a uma marca, como quando se compra um produto atraído pelo imaginário nele contido.<sup>4</sup> A religião, assim vista, passa a se orientar não a partir do sagrado, mas das leis regentes do mercado, onde a oferta e a procura/demanda se tornam prioridades nas agendas eclesiais. Esta é a **cartografia** religiosa contemporânea com indicativa de uma configuração e arquitetura aberta. Para ir mais fundo compreendendo-a, será preciso se valer de ferramental conceitual que possua elementos suficientes para dar conta de uma **avaliação radiográfica** desses “movimentos de mercado.” Para isso, vamos utilizar uma ferramenta conceitual originária do campo da Economia, ainda que ela em si não possa explicar *in totum* a dimensão do sagrado, mas nos concede uma visão dos novos movimentos religiosos (NMR) a partir de referenciais que ampliam nossa compreensão além do que a própria Teologia, Filosofia, Sociologia e Antropologia podem oferecer.

Este é o objetivo do texto, demonstrar o uso de uma teoria econômica, que tem sido considerada no estudo do fenômeno religioso na América do Norte, aplicando-a a um fenômeno nacional – a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) – do segmento conhecido como neopentecostal, para demonstrar as relações entre as variáveis “oferta” e “demanda” no âmbito do consumo dos bens simbólicos *religiosos*. Mas não apenas a IURD se funda no eixo das relações de mercado para dar vida ao seu discurso, há uma verdadeira “guerra santa” (PIERUCCI In: PIERUCCI & PRANDI, 1996, p. 279) que se desloca do nível de instituição contra instituição para a oferta de soluções do mundo espiritual e místico para estimular as demandas do indivíduo com vistas à sua fidelização, num ambiente de concorrência pela posse das almas, ou melhor seria, da posse dos bens das almas. Assim, a IURD é escolhida

por possuir maior quantidade de material divulgado, mas a análise apresentada neste trabalho pode ser aplicada a diversos outros movimentos religiosos da atualidade.

## **1. Breves notas históricas sobre a Igreja Universal do Reino de Deus**

Considerando os inúmeros trabalhos que já fazem parte do acervo da pesquisa acadêmica, a IURD pode ser considerada como um fenômeno religioso em destaque. Em termos numéricos, o crescimento da IURD é notório bem como o seu *modus faciendi* em lidar com as demandas dos fiéis.

Sem entrar nas raízes da IURD no campo evangélico-protestante no Brasil, pois o espaço no momento não permite,<sup>5</sup> A IURD foi fundada no Rio de Janeiro, no Bairro da Abolição, em agosto de 1977 por Edir Macedo Bezerra, que depois se tornou bispo (Bispo Macedo) e dirigente máximo na hierarquia fortemente verticalizada dessa igreja. Macedo foi originário do catolicismo e da umbanda, tendo se convertido ao pentecostalismo por meio da Igreja de Nova Vida, que fazia parte da vanguarda evangélica contra o institucionalismo e “frieza espiritual” das denominações históricas. Macedo ficou nessa igreja até 1975, quando, descontente com o personalismo de seu líder,<sup>6</sup> saiu para iniciar um novo empreendimento da fé. Assim, ele, seu cunhado, Romildo Ribeiro Soares<sup>7</sup> e Roberto Augusto Lopes, fundaram a Cruzada Caminho Eterno. Ele e seu cunhado saíram desta nova igreja dois anos mais tarde e organizaram a IURD, no início era dirigida por Soares, que teve a sua liderança enfraquecida pelo dinamismo de Macedo. Em 1980 Soares rompeu de vez com Macedo e fundou a Igreja Internacional da Graça de Deus.<sup>8</sup> Sozinho, Macedo instituiu o governo episcopal para comandar soberanamente a IURD.

Ao longo do tempo a igreja se espalhou pelo país e fora dele,<sup>9</sup> passando por modificações em sua estrutura, mas manteve o governo episcopal sob o comando de Macedo e três instâncias de autoridade sobre toda estrutura – Conselho Mundial de Bispos, Conselho de Bispos do Brasil e Conselho de Pastores. Abaixo dessa estrutura existem os templos, que são dirigidos por pastores locais, que são consagrados e nomeados pela cúpula da igreja. A IURD não divulga o número de seus fiéis, nem mesmo o número de obreiros, mas extra-oficialmente estimam-se que sejam mais de 15.000 obreiros. Há generalizada controvérsia entre os pesquisadores evangélicos sobre ser a IURD uma igreja de natureza evangélica-protestante e mesmo pentecostal.<sup>10</sup> Em diversos momentos de sua trajetória a IURD enfrentou denúncias variadas.<sup>11</sup>

Um dos eixos da teologia da IURD é a teologia da prosperidade ou *health and wealth gospel* (em Português: “Saúde e evangelho de riqueza”). Assim também, é o eixo para outros grupos neo-pentecostais tais como a Igreja Internacional da Graça de Deus, do seu cunhado R. R. Soares. *A teologia da prosperidade é uma etapa avançada de secularização da ética protestante*<sup>12</sup> e se constitui num dos pontos de contato com a conexão que o presente trabalho faz da IURD com a teoria da Escolha Racional. A teologia da prosperidade tem em seu núcleo ideológico o que é chamado pelos teólogos de *confissão positiva*,<sup>13</sup> uma espécie de atualização da ideologia do *poder do pensamento positivo* de Norman Vincent Peale,<sup>14</sup> com sua vasta e famosa literatura que alcançou o mundo. A teologia da prosperidade teve origem nos Estados Unidos entre os anos 50 e 60 dentro do movimento carismático.

Outro eixo do discurso iurdiano é a concepção sincretista, especialmente em conexão com as religiosidades afro-brasileiras, sobre a exacerbação do corpo que é o local em que as forças físicas e espirituais se encontram, o corpo também é o “cavalo” no qual os espíritos “desencarnados” tomam forma e conta para a prática de suas ações. O corpo está sintonizado com uma espécie de dimensão transcendental, a qual se relaciona como uma espécie de pára-raios que atrai energias espirituais e precisa ser liberto pelas sessões de descarrego em que a IURD se utiliza de rituais à semelhança das religiões afro-brasileiras, mas de uma forma ressituada.

## **2. Oferta e demanda com eixo do discurso religioso da IURD**

A oferta e a demanda são dois fenômenos que integram variáveis tanto numa visão macro como micro-econômica ligadas especialmente a outro fenômeno econômico que é o consumo. Há diversos estudos e teorias para dar conta destes itens, uma das principais é a teoria do consumo (theory of the consumption function) de Milton Friedman,<sup>15</sup> que diz que os gastos de pessoas são determinados pelas suas expectativas de futuro ou renda “permanente”, não somente a sua renda atual. O que teria isso a ver com o fenômeno religioso atual em algumas de suas manifestações? Mas também há a “lei de Say” que entende que a oferta cria a sua própria demanda.<sup>16</sup>

Com estes princípios em mente vamos agora procurar entender como as mudanças na maneira de operar os símbolos religiosos pela IURD alteram as possibilidades e as formas do exercício da fé. Isso será feito por intermédio da avaliação das variáveis oferta/demanda como eixos constituintes do discurso, e conseqüentemente das práticas, da IURD que geram oferta para criar a sua própria demanda.

A relação histórica do ser humano com o sagrado demonstra a associação à capacidade de conseguir os favores do sobrenatural para a manutenção básica da vida contando com o concurso dos profissionais do sagrado (Weber) como intermediários entre os homens e o sobrenatural. Enquanto que na religiosidade convencional a pessoa busca o sagrado e procura cumprir as obrigações por ele impostas, a religiosidade que está composta no discurso da IURD está associada à capacidade do fiel se apropriar de bens de consumo ou indicativos de um “projeto de vida boa.” Em outras palavras, na religiosidade convencional a pessoa procurava Deus, mas na religiosidade da IURD (que, em seu próprio discurso, representa o próprio Deus) a religiosidade procura a pessoa a partir de suas próprias demandas. Temos num modelo a pessoa se orientando pelas demandas do sagrado e, neste modelo iurdiano, Deus e sua teologia se modelando à pessoa e suas demandas. Em outras palavras, enquanto que na religiosidade clássica as pessoas recebem as suas respostas por intermédio da obediência às regras impostas por Deus, na religiosidade de mercado como componente do discurso iurdiano, a resposta vem pelo atendimento de Deus às demandas de consumo da pessoa. Em vez de uma religião prioritariamente de obediência, temos uma religião de oferta planejada para ser uma religião que funcione a partir das demandas das pessoas e não das demandas de Deus, promovendo um deslocamento de sentido do eixo comunicativo h-D (humano – Deus). Portanto o estudo destas duas variáveis se torna fundamental para a compreensão do deslocamento das relações entre a pessoa e o sagrado e na reorganização a partir disso da teologia, do discurso e das práticas religiosas contemporâneas.

Ao repensar a religião em conexão com o consumo e suas variáveis “oferta *versus* demanda” e como estratégia discursiva de um movimento de elevada magnitude como a IURD, utilizamos como referencial teórico de suporte, a teoria da Escolha Racional como desenvolvida por Stark e Bainbridge em seu livro *A theory of religion*, uma vez que a caixa conceitual de ferramentas da Teologia clássica não consegue dar conta de toda a amplitude do discurso iurdiano e avaliar as motivações que estão veladas na reação religiosa da IURD que oferece os bens simbólicos ao fiel e a sua procura pelo consumo oferecido pela própria IURD.

O uso de um paradigma que tem como ponto de partida uma visão econômica da vida e dos interesses das pessoas pode ir mais além do que este texto se propõe, por isso vamos nos limitar apenas a estas duas variáveis – “oferta *versus* demanda”. E dentro destas variáveis binárias pretendemos demonstrar que a IURD prioritariamente gera demanda por intermédio da oferta (lei de Say), mas periféricamente também é possível perceber que, por outro lado, ela modela seu discurso e atividades a partir da percepção da

demanda, mas esta última possibilidade ficará para outro ensaio.

### **3. Usando a teoria da Escolha Racional para entender a religião contemporânea ou o estudo da religião pela lente da economia de mercado**

Ou, como disse Frigério, *aplicando teorias da Escolha Racional a domínios “irracionais”*.<sup>17</sup> Em termos de aplicação dos referenciais econômicos à esfera religiosa, os estudos acadêmicos mapeiam duas possibilidades significativas associadas também ao campo da Sociologia, entre outras variantes. Em primeiro lugar, temos a abordagem clássica de Peter Berger tratando a religião como “dossel sagrado”. Ele foi reconhecido como o principal articulador do enfoque sociológico da religião por meio do conceito de mercado. O *approach* bergeriano tem sido superado pela teoria da Escolha Racional, que conseguiu dar conta das suas limitações, seja por focalizar da religião do ponto de vista institucional, seja por focalizá-la a partir do conceito, já obsoleto, de monopólio estatal, seja ainda pelas suas interpretações da religião a partir da secularização.

A teoria da Escolha Racional, originária no campo da Economia, teve a sua aplicação no campo religioso pela contribuição especialmente elaborada na década de 80 por Rodney Stark<sup>18</sup> e William Sims Bainbridge,<sup>19</sup> que recebeu mais tarde outras participações, como por exemplo, a de Roger Finke, Laurence R. Iannaccone e outros. Esta abordagem também parte da compreensão de que a esfera da religião estava sendo profundamente alterada pela sua aproximação da racionalidade da lógica do mercado, apresentada na década de 60 por Berger.

O texto de Stark & Bainbridge é rico no detalhamento da aplicação das possibilidades da teoria da Escolha Racional no campo religioso, apresentando 7 axiomas, 104 definições e 344 proposições.<sup>20</sup> Esta caixa conceitual e teórica de ferramentas nos fornece alguns conceitos fundamentais que vão nos ajudar neste percurso. Como o presente texto tem um caráter introdutório e por motivo de espaço, vamos apenas nos valer mão de alguns elementos de todo esse aparato conceitual empreendido pelos autores, para depois aplicarmos esses elementos ao discurso da IURD demonstrando a sua conexão com a ideia da religião como mercadoria por intermédio das duas variáveis, objeto deste ensaio – oferta *versus* demanda.<sup>21</sup>

Em linhas gerais e bem resumidas é possível entender a teoria da Escolha Racional nos seguintes termos:

1. A teoria da Escolha Racional assume que o comportamento humano é guiado por uma razão instrumental.

2. Os indivíduos sempre escolhem o que acreditam ser os melhores meios para alcançar seus determinados fins. Assim, os fins normalmente são como “moeda corrente” para tudo eles apreciam (por exemplo: dinheiro, uma vida longa, um projeto de vida boa).

3. A teoria da Escolha Racional é uma metodologia individualista e como tal concebe as situações sociais ou comportamentos coletivos como o resultado de ações individuais. Porém, não é só aplicado à análise de comportamentos individuais, pois frequentemente a mesma busca dos valores individuais é assumida por entidades coletivas: empresas, governos, entidades religiosas.

4. A ação humana é um complexo sistema de processamento de informação que funciona identificando problemas e busca soluções para eles.

5. A religião e seus elementos podem ser considerados como bens simbólicos da salvação.

6. Humanos buscam recompensas e evitam custos.

7. Algumas recompensas desejadas tem suprimento limitado, incluindo algumas que simplesmente são inexistentes (no mundo físico). Isso introduz a noção de compensadores, que são uma espécie de substitutos para recompensas desejadas (mas não obtidas). Os compensadores fornecem uma explicação sobre como a recompensa desejada (ou alternativa equivalente) pode de fato ser obtida e propõe um método para alcançar a recompensa que até certo ponto. Em geral a religião é fornecedora dos compensadores.

8. As pessoas tenderão a buscar os deuses ou religiões que oferecem mais pelo menor custo.

9. O aumento de oferta de bens simbólicos provoca a concorrência/competição no mercado religioso.

#### **4. A oferta e a demanda no discurso da IURD à luz da teoria da Escolha Racional**

O discurso da IURD é produzido ou pelo seu chefe maior, Bispo Macedo, ou por alguém que é por ele aprovado. A circulação desse discurso legitimado ou oficial se dá pela pregação do próprio Bispo ou de seus auxiliares dentro da hierarquia da igreja – bispos ou pastores. A veiculação do discurso é feita por diversos meios: a tradicional pregação num culto, livros, programas televisivos e radiofônicos apresentados pelos obreiros da IURD e estes últimos são compostos de forma geral por depoimentos que procuram demonstrar como a pessoa era antes de conhecer a IURD e como ela é depois disso, o que ela conquistou de bens e oportunidades materiais de prosperidade. Nos programas televisivos também aparecem trechos de cultos, “sessões de descarrego”, rápidas entrevistas ao final de um culto ou nos estacionamentos dos templos solicitando ao entrevistado dizer por que procurou a IURD. Além disso, a igreja tem o seu jornal oficial – Folha Universal.<sup>22</sup>

Sinteticamente a mensagem da IURD é orientada para a:<sup>23</sup>

- ◆ busca de um sentido para a vida;
- ◆ busca pelo sucesso
- ◆ busca pela significação histórica da pessoa
- ◆ busca por uma religião que funcione, uma religião utilitária em que o foco é a vontade da pessoa
- ◆ busca por uma religiosidade concreta valorizando os símbolos que ligam a pessoa ao mundo sobrenatural e às suas promessas
- ◆ foco positivo (confissão positiva)
- ◆ foco guerreiro
- ◆ mensagem de trocas
- ◆ mensagem que indica uma guinada na teodicéia

A conexão da figura do mercado, no discurso teológico da IURD, é facilitada pelo fato de que a doutrina pentecostal tem como eixo a experiência, de modo que a teologia brota dela e não o inverso.<sup>24</sup> A partir disso é possível ver como os axiomas da Escolha Racional podem ser aplicados para a avaliação do discurso da IURD, pois, de um lado, os axiomas e definições da Escolha Racional levam em conta a reação individual numa demanda em busca de recompensas em troca dos menores custos, enquanto que a organização religiosa, passa a ser a fornecedora ou das recompensas (com os bens simbóli-



cos da salvação) ou dos compensadores para substituir alguma recompensa inatingível, conforme temos na Definição 23:

**Def. 23** *Organizações religiosas* são empreendimentos sociais cujo propósito primário é criar, manter e trocar compensadores gerais baseados no sobrenatural.

A IURD adota um modelo de natureza empresarial inserido num ambiente de relações de mercado e isso tem sido atestado por vezes sem conta,<sup>25</sup> seja por sua gestão operacional, seja pela prestação de serviços religiosos de modo a fetichizar o dinheiro e mercantilizar o sagrado. Para que isso possa ser realizado os pastores da IURD se valem da “marketização do sagrado” por intermédio do uso de técnicas de arrecadação de recursos, além deles próprios participarem na arrecadação obtida. Ao se valer do caráter empresarial e mercadológico, seu discurso e práticas se orientam pelas variáveis de oferta e demanda.

Um dos pontos essenciais entre o binômio “oferta versus demanda” é a indagação se a IURD procura atender a demanda dos fiéis de modo a preparar uma estrutura de serviços para a oferta de bens simbólicos da salvação ou, considerando a lei de Say, a IURD gera um ambiente em que haja a oferta para criar a sua própria demanda. Cremos que, embora sejam possíveis as duas alternativas, a segunda hipótese seja prioritária nos “negócios” iurdianos. Vamos atestar isso por intermédios dos seguintes fatos:

**1) A concepção sincretista da IURD possui um discurso que gera demanda.** A concepção sincretista exercida pela IURD, especialmente em conexão com as religiosidades afro-brasileiras, é reconhecida por ela mesma como competidora na busca pela fidelização dos seguidores. Vamos lembrar que para as religiões afro-brasileiras o corpo é o “cavalo” onde os espíritos desencarnados ficam para praticarem as boas ou más obras, a depender da “linha” a que pertence. *Dessa maneira, o corpo está sintonizado com uma dimensão transcendental, a qual se relaciona como uma espécie de pára-raios que atrai as energias espirituais* (CAMPOS, 1997, p. 332). Para a IURD o corpo poderá estar sendo usado pelos demônios, estando com “encosto” e precisa de libertação, que poderá ser obtida pela sessão do descarrego que ocorre num determinado dia da semana. Esta sessão é explicada pela IURD

As reuniões para curas e milagres acontecem às terças-feiras, quando os templos ficam lotados de pessoas que procuram a cura para si ou para os seus entes queridos, que precisam se libertar dos encostos. Com esse propósito, são realizadas as Sessões de Descarrego. Gradativamente, há

a recuperação das enfermidades e dos demais problemas. No entanto, para que isso aconteça, é preciso manter-se firme na fé.<sup>26</sup>

No programa “Velas de sangue”,<sup>27</sup> que é iniciado por um quadro de uma cena lúgubre num ambiente escuro e com luz de tonalidade avermelhada em que aparecem velas brancas acesas derramando sangue, com uma música de fundo em ritmo macabro, temos depoimentos de pessoas libertas e afirmações do pastor sobre os encostos, terminando com um rio caindo suavemente numa cachoeira e com música de fundo serena. Dando a entender esse quadro que começa com uma cena de identificação para a pessoa que está passando por um momento de tribulação ou mesmo que já teve contato com os rituais e objetos sagrados das religiões afro-brasileiras. Tendo havido a identificação ou sintonia com o que a pessoa já está acostumada, as barreiras comunicacionais são atenuadas e a pessoa fica mais à vontade para ouvir e se deixar convencer pelos argumentos do programa. O pastor começa o programa perguntando se a pessoa está deprimida, com angústia, se está com problemas não resolvidos ou é vítima de ciúmes. Se for essa a situação dela, é porque se envolveu com os encostos e a partir disso a vida dela foi de mal a pior. Encosto, ele explica, é uma força espiritual do mal que domina as pessoas. Para ele o terreiro de umbanda é a casa do encosto.

Depois o programa apresenta dez sintomas que caracterizam uma possessão e que indicam que a pessoa tem um encosto: nervosismo; dores constantes de cabeça; insônia; medo; desmaios ou ataques; desejo de suicídio; doenças que os médicos não descobrem as causas; visão de vultos ou audições de vozes; vícios; e, depressão. A ênfase do pastor é bem clara – “se você tem um, um apenas, destes sintomas é sinal que você tem um encosto.” Aí ele oferece os trabalhos da igreja – participação numa sessão do descarrego por intermédio do “círculo da divindade”, que é um círculo formado por 300 pessoas, que a IURD chama de ex-pais, mães e filhos do encosto, isto é, pessoas que já foram libertas, pois serviam aos encostos. As 300 pessoas estão todas vestidas de branco<sup>28</sup> e fazem um círculo de oração em volta dos participantes que vão naquele momento na igreja em busca da libertação. Na oração eles praticam a imposição de mãos e declaram que as pessoas a partir daquele momento estão libertas, determinando que os encostos saiam delas. Ao final do programa o pastor pergunta à pessoa que está no telefone, como ela ficou sabendo da sessão do descarrego, a resposta indica que foi por intermédio do esposo que assistiu o programa alguns dias antes.

Assim, podemos entender que a IURD utiliza os meios massivos de comunicação, como a televisão e o rádio, para oferecer os seus serviços espirituais para resolver uma situação fora do alcance da pessoa, pois se localiza num “espaço” que ela não domina que é o manuseio do sagrado. Na definição 21 temos a indicação de que *é impossível obter uma recompensa ao invés de um compensador quando falta o poder par obter a recompensa*, por isso é que a pessoa é atraída pela oferta da IURD que detém o controle das forças da natureza, ou pelo menos domina o conhecimento tendo as ferramentas simbólicas que são disponibilizadas (ofertadas) por intermédio de um cardápio<sup>29</sup> de atendimento com serviços espirituais. Como *quando uma recompensa desejada é relativamente indisponível, explicações que prometem prove-la são custosas e difíceis de avaliar corretamente*.<sup>30</sup> a pessoa não dispendo do conhecimento necessário sobre o mundo espiritual e não conseguindo, portanto, obter as recompensas dele originárias, acaba se rendendo à oferta disponibilizada por quem tem o conhecimento e domina as forças desconhecidas.

Além disso, ao criar uma faixa tão abrangente de sintomas, como no programa televisivo anteriormente indicado, que podem estar presentes normalmente na história de qualquer um, a IURD cria uma demanda pelos seus serviços. A pessoa lançada neste mundo inseguro, dominado pelas forças dos encostos fica sem qualquer certeza de sucesso na vida. Uma vez que a IURD detém o monopólio do conhecimento para dominar os encostos e tirá-los da vida da pessoa, gera a busca pelos seus “serviços especializados”. E é isso que a IURD procura fazer por intermédio de seu discurso, pois a pessoa não vendo outra alternativa, se submete ao “custo” da oferta da IURD, de modo bem compatível com a Proposição 58:

**P 58 As pessoas não permutarão com deuses quando uma alternativa mais barata ou mais eficiente for conhecida e estiver disponível.**

Por uma questão de concorrência no mercado simbólico dos bens religiosos, a IURD precisa utilizar todos os recursos para manter o seu monopólio, pois isso garantirá a conquista de seus fins, pois *se múltiplos fornecedores de compensadores gerais existem, então a habilidade de permutar compensadores gerais dependerá em sua disponibilidade relativa e perceptível razão de troca*.<sup>31</sup>

Assim, ela consegue a fidelização do necessitado de seus “serviços”, além de lhe conquistar recursos financeiros e materiais, como afirmou Martino, para quem *para a conquista do campo religioso, as instituições oferecem bens simbólicos, recebendo em troca bens materiais que permitem a subsistência e*

*expansão de seu alcance doutrinário. Os bens simbólicos utilizados são criados com base no capital religioso de cada uma das instituições constituindo-se em “bens de salvação.” (MARTINO, 2003, p. 12)<sup>32</sup>*

**2) A teologia da prosperidade presente no discurso da IURD possui um caráter gerador de demanda.** A IURD tem também outra concepção do corpo, ressitua-o dentro de uma perspectiva de sua recuperação de modo que quando ele deixa de ser morada dos demônios ou encosto, merece receber atenção. *O corpo então se torna um lugar privilegiado, o ponto de encontro entre o homem e o transcendente (CAMPOS, 1997, p. 332).* A pessoa pode, assim, desejar recompensas para o seu corpo, para a sua vida, para o seu bem estar e a IURD se oferece como uma espécie de “despachante” entre o desejo humano por recompensa e a sua realização, basta que ela entre com o “sacrifício”, que é a palavra codificada no léxico iurdiano para o pagamento de ofertas – na Escolha Racional seria o custo necessário para se obter a recompensa. Assim o fiel vai em busca da recompensa que poderia ser representada pela saúde que possa estar faltando ou mesmo a recompensa financeira para conquistar melhor posição na sociedade de consumo ou para quitar uma dívida impagável. Temos aqui também um outro impulsor em seu discurso gerando oferta para criar a sua própria demanda.

Num depoimento na televisão ao ser indagado pela repórter da IURD porque tinha vindo na reunião da prosperidade a resposta do entrevistado foi rápida e curta: *todo empresário que quer ter sucesso precisa vir aqui no encontro com os 318 pastores.*<sup>33</sup> Esse encontro dos empresários com os 318 pastores tem uma explicação da própria IURD:

#### **VIGÍLIA DOS 318 POTENCIALIZA ESPÍRITO EMPREENDEDOR DOS PARTICIPANTES**

Alcançar o sucesso profissional e nos negócios. Este é o objetivo daqueles que participam da “Vigília das Grandezas de Deus” com os 318 Pastores, ocasião em que bispos e pastores, que ministram o encontro, fazem correlações entre as mensagens bíblicas e o empreendedorismo.

O bem sucedido casal de empreendedores, Helder São José de Almeida, 38 anos, e Maria Andrade Rosa Almeida, de 43 anos, participam da Vigília no Templo Maior de Salvador, Bahia, localizado na Avenida Antonio Carlos Magalhães, 4197, e provaram que a fé e a obediência aos ensinamentos bíblicos contribuem para o progresso na área econômica.

A recuperação após uma situação de crise é algo possível quando existe determinação e esforço. Para muitos, a fé potencializa estas características pelo fato de motivar a autoconfiança e a certeza de que os problemas

serão solucionados mesmo que pareçam impossíveis. Foi exatamente o que aconteceu com Helder e Maria. Eles sofreram com a falência do pequeno comércio de variedades que funcionava conjugado a casa em que moravam com os dois filhos, Caroline Rosa Almeida, de 16 anos, e Helder Filho, de 12 anos.

Queda repentina nas vendas, dívidas e a necessidade de pedir empréstimos levaram o casal ao desespero. Ao verem que não conseguiam honrar os compromissos, perderam a esperança e possibilidade de restauração parecia ficar ainda distante. “Num dia em que o fornecimento de energia elétrica de nossa casa tinha sido cortado e os credores não paravam de bater em nossa porta resolvemos sair de casa sem rumo. Foi o pior dia de nossas vidas, deixamos as crianças com uma tia e passamos o dia todo fora e só votamos a noite. Choramos muito, nos sentíamos humilhados e envergonhados”, lembra Helder.

As dificuldades financeiras acabavam influenciando negativamente até o relacionamento do casal. “Eu não tinha paz, era nervosa e me deixava levar pelos problemas. Não tinha paciência e isso causava desavenças entre nós. Como não concordávamos um com o outro, também não conseguimos resolver os problemas do comércio. Não conseguimos refletir sobre os problemas e quase nos separamos, lembrou Maria”.

Ao conhecerem o trabalho da Igreja Universal, eles aprenderam que a crença em Deus não existe para se professar uma religião. “Antes de conhecer a Palavra de Deus, não fazia ideia de como a fé poderia nos ajudar. No início, mudou a nossa forma de pensar e proceder, a partir daí, nosso casamento foi completamente restaurado. Nossa visão para os negócios aumentou, a nossa coragem foi intensificada e, assim, alcançamos muitas bênçãos”, disse Helder.

Consciente da fé que possui e do potencial que tem ao exercê-la, Helder afirma que para ver o resultado dela é preciso ser racional. “Se a gente não trabalhar, não planejar e não perseverar nada acontece, porque apenas a crença no Senhor Jesus não garante as conquistas. Quando usamos a fé temos mais segurança no momento das decisões e os propósitos na Igreja fazem a diferença em vários aspectos de nossas vidas, disse Helder”.

Ao participarem dos propósitos de fé, durante a reunião, eles conseguiram não apenas montar novos empreendimentos, como adquiriram duas casas em regiões nobres e carros importados. Atualmente, eles se dividem na administração direta de cinco lojas de confecções (foto acima), em Salvador e na cidade de Lauro de Freitas, onde residem.

Se você também precisa de um milagre financeiro, participe, nesta segunda-feira, da “Vigília das Grandezas de Deus” em uma das catedrais da Igreja Universal do Reino de Deus..<sup>34</sup>

A teologia da prosperidade atende ao Axioma 2, que, embora tenha um espectro muito amplo, indicando que as pessoas buscam o que percebem ser gratificante e evitam o que acreditam ser dispendioso,<sup>35</sup> pode dar-nos a explicação de que a IURD se insere no campo da sociedade produtiva e de consumo, ficando longe da abordagem clássica do protestantismo sobre a salvação da alma, do arrependimento, da conversão. Em suma, a IURD oferece o céu

aqui e agora, uma espécie de *paradise now* (paraíso já). Se Max Weber estivesse vivo hoje e fosse escrever sobre a IURD um livro à semelhança do seu clássico *Ética protestante ...* provavelmente escreveria *Ética neo-pentecostal e o espírito do mercado de consumo*.<sup>36</sup>

Um dos principais focos do discurso da IURD é levar a pessoa a participar da totalidade, seja do sentido da vida, seja do transcendente. Para isso a IURD se vale dos recursos oferecidos pela teologia da prosperidade, em que um dos pilares é que a pobreza é produto da ausência de fé. *O princípio básico da prosperidade é a doação financeira, entendida não como um ato de gratidão ou devolução a Deus (como na teologia tradicional), mas como um investimento*.<sup>37</sup> Em outras palavras, a pessoa entrega um determinado valor ou bem material com o objetivo de obter em troca algo maior. No caso da IURD essa “doação” é traduzida pela palavra “sacrifício” que é o mesmo que dinheiro.

Para Hunter, a teologia da prosperidade passa a ser apresentada pela religião evangélica *não tanto como mais verdadeira que outras religiões, mas como superior nos benefícios intramundanos que oferece*.<sup>38</sup> Compatível com essa perspectiva, é comum vermos o Bispo Macedo nos intervalos dos programas televisivos da IURD anunciando: “a nossa religião é de um Deus vivo, a nossa religião funciona, ela sabe como colocar Deus para trabalhar você!” Além de indicar uma relação de troca – eu preciso ser próspero e Deus pode me dar a prosperidade – a mensagem do Bispo indica que a IURD é o meio<sup>39</sup> onde isso pode se concretizar – a IURD conhece os segredos de colocar Deus a trabalho em favor do fiel. Temos mais aqui um fato que comprova que a IURD gera oferta para criar a sua própria demanda, pois é nela que o fiel vai buscar a solução das mazelas de sua vida e conquistar a prosperidade. Além disso, o formato dos programas midiáticos é modelado de tal maneira que a vida da pessoa fica dividida em dois momentos – antes e depois de ter conhecido a Universal – demonstrando que a oferta dos recursos ou bens simbólicos espirituais que ela faz é melhor, senão a única (“monopólio do sagrado”) e original, em relação aos outros fornecedores dos mesmos bens.

Como em todo o momento a ênfase aponta para a necessidade do fiel cumprir a parte dele – pagar o sacrifício (veja mais adiante) – temos aí uma relação de troca de uma recompensa desejada por um custo, ainda que indesejado, mas que é assumido, pois a recompensa é maior que o custo. Nas palavras do Bispo Macedo: *O sacrifício inclui o ato de renunciar voluntariamente a alguma coisa, em troca de outra muito mais valiosa*. (MACEDO, 2003

p. 45).<sup>40</sup> Assim, a Definição 3 dada por Stark & Bainbridge indica essa lógica assumida pela IURD:

**Def. 3** *Recompensas* são quaisquer coisas que os seres humanos irão incorrer em custos para obter.

Se levarmos em consideração que a Definição 4 indica que os custos são evitados pelas pessoas,<sup>41</sup> temos uma reação mercadológica para convencer o “interessado” a se transformar em “fiel” por meio do arsenal oferecido pelos programas midiáticos indicadores de sucesso, geralmente divididos em dois momentos, como já enfatizamos, semelhantes à estratégia de publicidade das clínicas de emagrecimento ou de tratamento da calvície – o antes e o depois. Cada bloco tem poucos minutos, no máximo 10, e é repleto de imagens e palavras que enfatizam o antes e o depois de se freqüentar a IURD. Se o entrevistado ou participante mencionar alguma palavra que desvie a atenção do público para esse foco, o dirigente logo o interrompe e faz uma nova pergunta para redirecionar o foco.<sup>42</sup>

A utilização de estratégias de marketing pela IURD é notória, pois ela *como empresa religiosa sempre soube, desde seu início, na figura caris-mática de seu líder maior, Edir Macedo, utilizar as mais modernas técnicas mercadológicas de convencimento, tendo consciência de que, na sociedade de consumo, o êxito de qualquer empreendimento depende diretamente da satisfação das necessidades do público consumidor* (BAZARINI, 2001, p. 34). A preocupação é capturar a necessidade do fiel ou do candidato a fiel, como Campos afirma que *por causa desta ênfase, a Igreja Universal incentiva que os pastores descubram em que as pessoas crêm, para, a partir dessa crença, realizar um trabalho pedagógico de aproximação* (CAMPOS, 1997, p. 44).

### **3) O sacrifício como moeda de troca que gera demanda contínua.**

Outro elemento é o “sacrifício” que, para a IURD, se insere simbolicamente como um ato de entrega a Deus, mas na realidade a entrega é a um agente representativo de Deus aqui no mundo material, que é à IURD. O Bispo Macedo enfatiza que, antes da entrada do pecado no mundo, não havia necessidade de oferta.<sup>43</sup> Com a entrada do pecado, era preciso que houvesse um meio da pessoa se aproximar de Deus, assim a oferta cumpre esse papel. *Essa aproximação é desejada pelo Pai, se instituiu a oferta do sacrifício* (MACEDO, 2003, p. 15).

O “sacrifício” entra como uma moeda numa relação de troca e indica o fim buscado pela IURD – obter do fiel o seu dinheiro e bens. Para que cada sacrifício não seja consumido, a IURD gera um elevado nível de dependência do fiel que acaba sendo seduzido a continuar cada vez desejando mais de Deus num ciclo sem fim. Esse processo de fidelização é mais um elemento utilizado pela IURD para gerar oferta criando a sua própria demanda. Assim o caráter de um sacrifício é tão significativo e está tão inserido na lógica e racionalidade do mercado religioso, que o próprio Bispo ensina que *o sacrifício é como a mercadoria de uma loja: para você adquiri-la precisa pagar por seu valor. Isso é uma espécie de sacrifício, porque você tem de desembolsar uma importância em troca daquela mercadoria. E uma vez paga, você passa a ser dono dela, e ninguém poderá tirá-la de suas mãos* (MACEDO, 2001, pp. 18, 19). Nos intervalos dos programas televisivos a palavra slogan-desafio neste rumo é bem enfatizada: *O sacrifício pela maior necessidade.*<sup>44</sup>

No programa avaliado, em seguida à apresentação do slogan-desafio, vieram as notícias econômicas, indicando que o número de milionários estava crescendo, alusão à confissão positiva da teologia da prosperidade e depois houve o depoimento de um empresário que tinha 31 cheques devolvidos, mas que teve a sua vida mudada quando participou da vigília dos 318 pastores. A palavra do fiel indica inclusive um elemento de fidelização à IURD: *enquanto estou vindo aqui na vigília a minha vida está indo bem*. Após o depoimento do empresário “bem sucedido”, o dirigente do programa dá a mensagem ao público telespectador: *Quando a pessoa vem para a vigília, vem para aprender as estratégias da fé*. No depoimento que veio a seguir, um senhor chamado Sebastião, que teve sucesso liquidando uma dívida de 84 mil dólares, repete a mesma ênfase: *A vigília faz parte de minha vida*.

Daqui é possível observar que *muitas recompensas buscadas pelos seres humanos são destruídas quando são utilizadas.*<sup>45</sup> Pois, ‘consumíveis’ *são recompensas que são destruídas quando utilizadas.*<sup>46</sup> Isto é, a pessoa recebe a recompensa por intermédio do ‘sacrifício’ (custo), mas a recompensa é consumida, seja para quitar a dívida, seja para obter um sentimento melhor que, em confronto com os dilemas da vida, também é consumido. Para a manutenção da continuidade de um projeto de vida melhor será preciso se empenhar repetidamente em trocas na busca de mais recompensas.<sup>47</sup>



**Def. 17** O *valor* de uma recompensa é equivalente ao custo máximo que uma pessoa irá pagar para obter esta recompensa.

Isto é, um sacrifício (custo máximo) pela maior necessidade (recompensa) – obter a libertação das dívidas, encontrando solução para elas. Para que se possa manter no nível da prosperidade vimos que é necessário manter a fidelização à IURD, pelo menos os dirigentes dos programas não interferem, nem desmentem os depoimentos. Isso é mais um elemento que indica a inserção da IURD no ambiente de concorrência neste mercado da religião, demonstrando, como já mencionamos que o seu discurso dá indicativos que ela é a legítima representante de Deus, mesmo porque outros segmentos também estão à busca de mais fiéis com mensagens semelhantes, tais como a igreja do cunhado de Macedo, R. R. Soares (Igreja Internacional da Graça de Deus), a Igreja Renascer, do Apóstolo Estevam Hernandes, que veio do ramo de marketing, antes de organizá-la, e, mais recentemente a Igreja Mundial do Poder de Deus comandada pelo Apóstolo Valdemiro Santiago. Essa concorrência dentro do espectro do neo-pentecostalismo encontra explicação na Definição 9:

**Def. 9** *Resolver* um problema significa imaginar meios possíveis de alcançar a recompensa desejada, para selecionar aquele com a maior probabilidade de sucesso, à luz da informação disponível, e direcionar a ação no sentido da linha escolhida até que a recompensa tenha sido alcançada.

Uma vez a recompensa alcançada, o discurso da IURD enfatiza a necessidade de se manter fiel na frequência e doação do sacrifício, para que a recompensa obtida possa ser mantida e outras recompensas possam ser conquistadas criando um efeito de circularidade e crescimento na fidelização à instituição. Afinal, diz a Definição 8 que “*Problemas* humanos são situações recorrentes que requerem investimentos (custos) de tipos (espécies) particulares para a obtenção de recompensas.” Será preciso “manter a chama acesa”. E é isto que a IURD tem feito, especialmente quando enfatiza em seus programas discursos simbólicos como a “Fogueira santa do Sinai”.<sup>48</sup> Neste caso representa o fenômeno da “sarça ardente” que não se consumia quando do encontro de Moisés com Deus no monte Horebe<sup>49</sup> utilizada para demonstrar a fé de Moisés, mas ao mesmo tempo a necessidade de fidelidade para se obter de Deus as recompensas. Por isso o Bispo Macedo afirma que

o sacrifício realmente garante o sucesso. Porém, até a pessoa chegar ao ponto de fazer o seu verdadeiro sacrifício, tem de vencer a barreira das dúvidas a respeito da sua própria força. Não basta simplesmente querer, no sentido de desejo ou sonho. É preciso querer com determinação, com fé, com poder! A pessoa precisa querer com a certeza de que também pode alcançar da mesma maneira que os outros alcançaram! (MACEDO, 2003, pp. 18, 19)

Nesta citação, além de outros enfoques o Bispo Macedo focaliza a confissão positiva<sup>50</sup> para desafiar a pessoa à busca das alternativas oferecidas pela IURD. Novamente nessa projeção do querer e realizar o sacrifício, temos a projeção da busca na linha do tempo, do passado sem glórias, no insucesso, ao futuro com sucesso, prosperidade. Temos aqui o primeiro axioma indicado por Stark & Bainbridge:

**A1** A Percepção e a Ação humanas ocorrem no tempo, do passado em direção ao futuro.

Nesse sentido o discurso da IURD inclui a ação de se “provar Deus”. Aqui o Bispo Macedo conta a sua própria experiência de investimento:

Lembro-me perfeitamente de quando me casei, em 1971. Recebia ordenado de apenas quinhentos e cinqüenta cruzeiros mensais. Pagava aluguel de Cr\$ 315,00 e dava Cr\$ 55,00 de dízimo.

Era um verdadeiro desafio para mim, pois como poderia viver com o que sobrava, para sustentar a casa e arcar com as despesas de móveis e utensílios de que todo recém-casado necessita?

Eu sabia que a minha prosperidade dependia muito da minha fidelidade a Deus, e nunca hesitei em fazer prova dele. Continuei não somente dando o meu dízimo, mas dava também ofertas e ofertas especiais na igreja que freqüentava.

O Senhor nos manda prová-Lo para que a bênção venha sobre nós.

Provei a Deus e Ele me respondeu. Onze meses após o casamento, além de ter todas as minhas contas em dia, tive a satisfação de sair de uma agência de automóveis com um carro zero quilômetro.

Deus abençoou o meu emprego, me fazendo galgar postos importantes, aumentando o meu salário, e até hoje nunca me faltou nada ... muitas pessoas tem fé para conseguir alguma coisa de Deus; entretanto, faltam-lhes coragem, intrepidez e confiança, para colocar sua fé em ação ... uma das maiores revelações dadas ao homem é a de que Deus deseja ser nosso sócio. (MACEDO, 2003<sup>a</sup>, pp. 52, 53, 61) <sup>51</sup>

A “prova a Deus” induz um elemento de controle do humano sobre o divino – quanto mais fiel, mais garantida está a resposta. Assim a “prova a Deus” é um poder, que representa o grau de controle da pessoa sobre a razão

de troca, conforme diz a Definição 15.<sup>52</sup> Por isso é preciso manter o desafio de fidelidade a Deus (à IURD), para que as recompensas não sejam consumíveis, mas se mantenham numa ordem crescente.<sup>53</sup> Toda esta literatura e divulgação cumpre o que está previsto na Definição 10, onde as *‘Explicações’ são enunciados sobre como e porque as recompensas podem ser obtidas e os custos implicados.*

Como se percebe a IURD promove a oferta para capturar a demanda do fiel promovendo uma gestão do depósito do capital religioso, como disse Bourdieu que

a gestão do depósito de capital religioso (ou sagrado), acumulado, e o trabalho religioso necessário para garantir a perpetuação desse capital garantindo a conservação ou restauração do mercado de capital simbólico em que o primeiro se desenvolve somente podem ser assegurados por meio de um aparelho de tipo burocrático que seja capaz, como por exemplo, a Igreja, de exercer de modo duradouro a ação contínua necessária para assegurar a própria reprodução ao reproduzir os produtores de bens de salvação e serviços religiosos. (BOURDIEU, 1992, p. 59)

### **Palavras conclusivas, porém não finais ...**

A teoria da Escolha Racional, aqui aplicada na compreensão do discurso da IURD, indica o rumo das transformações ocorridas nas organizações religiosas – por meio do conteúdo de sua teologia/discurso e práticas eclesiais – à luz do deslocamento de sua origem e ligação ao sagrado para a demanda do fiel em busca de um projeto de vida boa e o texto de Guerra (2003) detalha bem esse deslocamento voltado à demanda do fiel como produto da oferta gerada pelo discurso da Universal. Houve, portanto, uma migração do campo do poder do Espírito Santo (ênfase no pentecostalismo e no movimento carismático) para o campo do poder humano e do econômico.

A teoria da Escolha Racional pode não explicar todos os fenômenos dos discursos religiosos e da própria religião, mas se constitui num ferramental possível para analisar os novos movimentos religiosos (NMR), especialmente aqueles que apresentam um discurso que promete um projeto de vida boa atendendo à demanda do fiel, inclusive na situação contemporânea onde a classe média nem sempre tem conseguido manter seu *status* e acaba ficando vulnerável a desafios como apresentados por esses movimentos. Assim, é

possível o pesquisador navegar com mais profundidade avaliando esses movimentos com as ferramentas conceituais da Escolha Racional considerando outros aspectos inseridos nas variáveis do mercado religioso.

Para encerramos, registramos que os “clientes da fé” já começam a ser exigentes impondo ações judiciais para cobrar recompensas por promessas que não foram cumpridas. Mas aqui entra um compensador, segundo a teoria da Escolha Racional, pois o pastor alegou que se o fiel tivesse fé não cairia do telhado do templo, que estava consertando, e acabou sofrendo politraumatismo<sup>54</sup> neste caso a culpa não é atribuída ao pastor, mas à fé do “cliente”, que foi insuficiente ou ausente. Vale aqui o lema “satisfação garantida ou sua fé de volta”, porque, tendo já sido registrado no “caixa de Deus”, o dinheiro não está mais disponível.<sup>55</sup> Seria a religião do mercado um “Prometeu desacorrentado”?

## BIBLIOGRAFIA

- ANTONIAZZI, Alberto *et alli*. *Nem anjos, nem demônios – interpretações sociológicas do pentecostalismo*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- BAZARINI, Roberto. *Comunicação semiótica*. São Paulo: PUC-SP, 2001.
- BERGER, Peter. *O dossel sagrado – elementos para uma teoria sociológica da religião*. São Paulo, Paulus, 1985.
- BONFATTI, Paulo. *A expressão popular do sagrado: uma análise psico-antropológica da Igreja Universal do Reino de Deus*. São Paulo: Paulinas.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- BRUNHOFF, Suzanne de. *A hora do mercado – crítica do liberalismo*. São Paulo: UNESP, 1991.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado – organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis & São Bernardo do Campo: Vozes & Universidade Metodista de São Paulo, 1997.
- CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- CARVALHO, José Murilo de. *A formação das almas – o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- COLEMAN, James S. & FARARO, Thomas J (ed.). *Rational Choice Theory – advocacy and critique*. Newbury Park, California: SAGE, 1992.
- GUERRA, Lemuel Dourado. *Mercado religioso no Brasil – competição, demanda e a dinâmica da esfera da religião*. João Pessoa: Ideia, 2003.
- HOORNAERT, Eduardo. *Formação do catolicismo brasileiro – 1550-1800*. Petrópolis: Vozes, 1974.
- JACOB, César Romero *et alli*. *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil*. Rio de Janeiro & São Paulo: Ed. PUC-Rio & Loyola, 2003.
- JUSTINO, Mário. *Nos bastidores do reino – a vida secreta na Igreja Universal do Reino de Deus*. São Paulo: Geração Editorial, 1995.
- MACEDO, Edir. *A fé de Abraão*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Aliança com Deus*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 2001.

- \_\_\_\_\_. *Libertação da Teologia*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 1997.
- \_\_\_\_\_. *O despertar da fé*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 1997.
- \_\_\_\_\_. *O perfeito sacrifício*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 2003a.
- \_\_\_\_\_. *Os cinco poderes que regem o Universo*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 2001.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Mídia e poder simbólico – um ensaio sobre comunicação e campo religioso*. São Paulo: Paulus, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Vida com abundância*. Rio de Janeiro: Universal Produções, 2003b.
- MIETH, D. et ali. “Fora do mercado não há salvação” in: *Concilium*, Petrópolis: Vozes, 1997, (270), 2.
- ORO, Arti Pedro et ali. *Igreja Universal do Reino de Deus – os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- PIERATT, Alan B. *O evangelho da prosperidade*. São Paulo: Vida Nova, 1995.
- PIERUCCI, Antônio Flávio & PRANDI, Reginaldo. *A realidade social das religiões no Brasil – religião, sociedade política*. São Paulo: HUCITEC, 1996.
- SILVA, Dionísio Oliveira da. *O comércio do sagrado – aspectos e implicações para a espiritualidade da experiência religiosa*. Londrina: Descoberta, 2004.
- STARK Rodney & BAINBRIDGE, William Sims. *A Theory of Religion*. New Brunswick & New Jersey: Rutgers University Press. Traduzido ao Português sob o título *Uma teoria da religião*. São Paulo: Paulinas, 2008.
- SUNG, Jung Mo. *Desejo, mercado e religião*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- TORRESAN, Jorge Luís. *A interação pastor X fiel da Igreja Universal do Reino de Deus no Jornal ‘Folha Universal’ a serviço de Deus*. São Paulo: PUC-SP, 2001. [Dissertação de Mestrado].
- YOUNG, Lawrence A. (ed.) *Rational Choice Theory and Religion- summary and assessment*. New York: Routledge, 1996.
- <sup>1</sup> O autor é Bacharel em Teologia, Mestre em Teologia (especialização em Ética), pós-graduado em Administração de Empresas (núcleo de Análise de Sistemas), Licenciando em Filosofia, Mestre em Educação (especialização em História da Educação) e Doutor em Ciências da Religião. É Diretor e professor de Filosofia da Religião, Ética e Bioética da Faculdade Teológica Batista de São Paulo. E-mail: rega@etica.pro.br.
- <sup>2</sup> Veja sobre isso HOORNAERT, *Formação do catolicismo brasileiro – 1550-1800*, pp. 31ss. Veja também estudo estatístico sobre as alterações na configuração religiosa ocorrida no Censo Brasil-2000 em CÉSAR ROMEIRO JACOB et ali, *Atlas de filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil*, demonstrando a preocupação da Igreja Católica na perda de fiéis para outros segmentos religiosos (este texto foi publicado por três agências católicas – PUC/Rio, Ediora Loyola e CNBB).
- <sup>3</sup> Veja o uso dessa expressão aplicada à educação republicana no Brasil, segundo análise de JOSÉ MURILO DE CARVALHO, *A formação das almas – o imaginário da República no Brasil*, p. 11.
- <sup>4</sup> Ter uma caneta *Mont Blanc* afinal é simbolicamente diferente de ter uma caneta *BIC*.
- <sup>5</sup> Para isso veja JORGE LUÍS TORRESAN, *A interação pastor X fiel da Igreja Universal do Reino de Deus no Jornal ‘Folha Universal’ a serviço de Deus*, pp. 15-44; veja também um mapa da genealogia das igrejas evangélicas no Brasil em: RUBEM CÉSAR FERNANDES, *Governo das Almas* In: ALBERTO ANTONIAZZI et ali, *Nem anjos, nem demônios – interpretações sociológicas do pentecostalismo*, pp. 186, 187.
- <sup>6</sup> PAUL FRESTON, *Breve História do Pentecostalismo brasileiro* In: ALBERTO ANTONIAZZI et ali, *Nem anjos, nem demônios – interpretações sociológicas do pentecostalismo*, p. 133.
- <sup>7</sup> Mais conhecido como R. R. Soares.
- <sup>8</sup> A presença de seu cunhado na origem da IURD, tido hoje como seu rival, não é mencionada nominalmente na história oficial da IURD. Veja <http://www.arcauniversal.com/iurd/historia/> (16/

04/2012).

<sup>9</sup> Oficialmente a IURD informa que está em cerca de 180 países, tendo iniciado a sua expansão no exterior nos Estados Unidos, na cidade de Mont Vernon, no Estado de Nova Iorque, em 1980. Veja <http://www.arcauniversal.com/iurd/historia/> (16/04/2012)

<sup>10</sup> Veja PAUL FRESTON, Breve história do pentecostalismo brasileiro In: ALBERTO ANTONIAZZI *et alli*, *Nem anjos, nem demônios – interpretações sociológicas do pentecostalismo*, pp. 136-137.

<sup>11</sup> Veja MÁRIO JUSTINO, *Nos bastidores do reino – a vida secreta na Igreja Universal do Reino de Deus*, que foi pastor na IURD, e após a sua saída conturbada escreveu este livro fazendo diversas denúncias sobre os bastidores da igreja no trato do dinheiro e manipulação dos obreiros. Outra situação mais recente pode ser destaca com a prisão de um deputado, filiado à IURD, que transportava inúmeras malas de dinheiro em espécie, na época do chamado “mensalão”.

<sup>12</sup> PAUL FRESTON, Breve história do pentecostalismo brasileiro In: ALBERTO ANTONIAZZI *et alli*, *Nem anjos, nem demônios – interpretações sociológicas do pentecostalismo*, p. 146.

<sup>13</sup> Para melhor compreensão da Teologia da Prosperidade e a confissão positiva, ver ALLAN B. PIERATT, *O evangelho da prosperidade*.

<sup>14</sup> Veja o clássico texto de NORMAN VICENT PEALE, *O poder do pensamento positivo*, São Paulo, Cultrix.

<sup>15</sup> Veja MILTON FRIEDMAN, *A Theory of the Consumption Function*, Princeton, Princeton University Press.

<sup>16</sup> Esta lei foi exposta no livro *Cours complet d'économie politique pratique* e formulada pelo economista francês Jean-Baptiste Say (1767-1832), que nasceu em Lyon (França) em uma família de mercadores de tecidos. Esta lei foi combatida pelo economista John M. Keynes.

<sup>17</sup> ALEJANDRO FRIGÉRIO, ¿Un nuevo paradigma en el estudio de la religión?: Aplicando teorías de la elección racional a dominios “irracionales” In: *Portal da Antropologia em Español* <[http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/alejandro\\_frigerio.htm](http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/alejandro_frigerio.htm)> (16/04/2012). Publicado em português In: *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, nº 50, 2º semestre de 2000, pp. 125-143.

<sup>18</sup> Stark faz uma retrospectiva histórica do desenvolvimento da aplicação da Teoria da Escolha Racional no campo religioso no artigo *Bringing theory back in* In LAWRENCE A. YOUNG (e.), *Rational Choice Theory and Religion- summary and assessment*, pp. 3-23.

<sup>19</sup> Veja RODNEY STARK & WILLIAM SIMS BAINBRIDGE, *A theory of religion*, New Brunswick & New Jersey: Rutgers University Press, 1996, de onde foram tirados conceitos do paradigma da escolha racional (axiomas, definições e proposições) utilizados neste ensaio.

<sup>20</sup> Estes elementos (Axiomas, Definições e Proposições) de Stark & Brainbridge que serão mencionados neste ensaio podem ser consultados na tradução em Português do livro a partir da página 421. No texto original em Inglês a partir da página 325.

<sup>21</sup> Em português os detalhes da explicação da Teoria da Escolha Racional também podem ser encontrados em GUERRA, 2003.

<sup>22</sup> Para um estudo mais detalhado sobre as ações midiáticas da IURD (mas não só dela) e a oferta de bens simbólicos inseridas numa relação de mercado veja LUIS MAURO SÁ MARTINO, *Mídia e poder simbólico – um ensaio sobre comunicação e campo religioso*.

<sup>23</sup> Para um estudo mais profundo sobre a IURD veja o texto que se tornou clássico no assunto: LEONILDO SILVEIRA CAMPOS, *Teatro, templo e mercado – organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*.

<sup>24</sup> Veja detalhamento dessa abordagem “iurdiana” (também presente no pentecostalismo clássico e nos movimentos daí surgidos), no livro *Libertação da Teologia*, do Bispo Edir Macedo.

<sup>25</sup> Veja THOMAS WOOD JR., *Os 7 pecados do Capital e outras perversões empresariais*. São Paulo: Makron, (1999), pp. 51ss; veja também uma lista de autores que escreveram sobre o modelo empresarial da IURD em ARI PEDRO ORO *et alli*, *Igreja Universal do Reino de Deus – os novos conquistadores da fé*, pp. 240-241, cujas observações resumimos nesse parágrafo.

<sup>26</sup> <http://www.igrejauniversal.org.br/ler.asp?sub=67> (27/08/2006). Omo esta página foi retirada

- do site da IURD, você poderá encontrar mais detalhes sobre a sessão do descarrego no mecanismo de busca do atual site da IURD: <http://www.arcauniversal.com> (16/02/2012).
- <sup>27</sup> Programa “Velas de sangue”, dia 16/06/04, TV Gazeta.
- <sup>28</sup> A cor branca é representativa na IURD, pois no momento da sessão do descarrego os bispos, pastores e participantes trocam o terno formal por uma informal roupa branca.
- <sup>29</sup> Proposição 24 da Teoria da Escolha Racional: O poder de um indivíduo ou grupo é associado positivamente com o controle das organizações religiosas e com a conquista das recompensas disponíveis das organizações religiosas.
- <sup>30</sup> Proposição 12.
- <sup>31</sup> Proposição 27.
- <sup>32</sup> Aspas do próprio autor.
- <sup>33</sup> Em programa televisivo de divulgação da IURD na Rede Gazeta, no dia 16/06/2004.
- <sup>34</sup> <http://www.arcauniversal.com/iurd/noticias/vigilia-dos-318-potencializa-espírito-empresendedor-dos-participantes-2643.html> (16/04/2012)
- <sup>35</sup> **A2** Seres humanos buscam o que eles percebem ser gratificante e evitam o que eles acreditam ser dispendioso.
- <sup>36</sup> Veja uma ressituação paralela do texto de Weber por COLIN CAMPBELL, *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*, Rio de Janeiro, Rocco, 2001.
- <sup>37</sup> PAUL FRESTON, Paul., Breve história do pentecostalismo brasileiro. In: ALBERTO ANTONIAZZI *et alli*, *Nem anjos, nem demônios – interpretações sociológicas do pentecostalismo*, p. 147. Parêntesis do próprio autor.
- <sup>38</sup> JAMES D. HUNTER, *American Evangelicalism: Conservative Religion and The Quandary of Modernity*. New Brunswick, Rutgers University Press, 1983, p. 91 *apud* PAUL FRESTON, Breve história do pentecostalismo brasileiro. In: ALBERTO ANTONIAZZI *et alli*, *Nem anjos, nem demônios – interpretações sociológicas do pentecostalismo*, p. 149.
- <sup>39</sup> No discurso da IURD, ela é o único meio ou pelo menos onde o nível de acerto é o maior. Isso é perceptível a todo momento nos discursos dos pastores e bispos nos programas televisivos e radiofônicos.
- <sup>40</sup> Sublinhado nosso.
- <sup>41</sup> **Def. 4** *Custos* são quaisquer coisas que os seres humanos tentam evitar.
- <sup>42</sup> Estes detalhes foram observados nas 12 horas de programação da IURD que o autor deste trabalho pesquisou por amostragem.
- <sup>43</sup> Não em termos mercadológicos, mas o sacrifício representado especialmente no Antigo Testamento pela oferta de um animal para a expiação dos pecados de uma pessoa.
- <sup>44</sup> Em programa televisivo de divulgação da IURD na Rede Record, em 16/06/2004.
- <sup>45</sup> Axioma 6 da teoria da escolha racional.
- <sup>46</sup> Definição 13. As aspas são da própria definição.
- <sup>47</sup> Proposição 30: Para satisfazer desejos por recompensas consumíveis, humanos se empenharão repetidamente em trocas nas quas buscam a mesma recompensa.
- <sup>48</sup> Veja mais detalhes em <http://www.arcauniversal.com/iurd/fogueirasanta/2011/novembro/a-fogueira> (16/04/2012).
- <sup>49</sup> Êxodo 3.1ss.
- <sup>50</sup> Conceito núcleo da teologia da prosperidade.
- <sup>51</sup> Sublinhado nosso.
- <sup>52</sup> **Def. 15** *Poder* é o grau de controle da pessoa sobre a razão de troca.
- <sup>53</sup> **Def. 13** *Consumíveis* são recompensas que são destruídas quando utilizadas.
- <sup>54</sup> Veja “Ex-fiéis vão à justiça pedir indenização de igrejas – ações cobram recompensas por promessas que não foram cumpridas” in: *Folha de São Paulo*, 05 de julho de 2006, p. C8.
- <sup>55</sup> Veja artigo LOURENÇO STELIO REGA, Satisfação garantida ou sua fé de volta In: *Revista Eclésia*, Ano 8, Edição 88, abril/2003, p. 52.