

## RELIGIÃO E MERCADO: GERENCIAMENTOS DE PODER?

Nilvana Brito Oliva

*“Quanto maior seja o número de olhares  
distintos que saibamos empregar para  
vuma mesma coisa, tanto mais completo  
será nosso ‘conceito sobre ela tanto mais  
completa será nossa objetividade’”<sup>1</sup>*  
Nietzsche

Na cena contemporânea, os avanços e transformações flagrados nas esferas da vida social moderna apontam para o pleno funcionamento das práticas de produção e controle da subjetividade dos indivíduos. Promovidas pela “imposição” de verdades e saberes instituídos, essas práticas são agenciadas pelos mecanismos de poder, no intuito de promover a hegemonia e a manutenção de certos grupos sociais.

Vale ressaltar que essa tentativa de controle social passa, basicamente, pelo desejo de atender às necessidades do capitalismo, que, em sua marcha secular, tem suas bases fincadas na realidade, visando a manipulação e o controle das massas.

Desse modo, nota-se que há uma forte influência nos modos de ação, gestos e pensamentos refletidos no comportamento do indivíduo, conforme assinala Guattari:

“A ordem capitalista produz os modos das relações humanas até em suas representações inconscientes: os modos como se trabalha, como se é ensinado, como se ama, como se trepa, como se fala, etc. Ela fabrica a relação com a produção, com a natureza, com os fatos, com o movimento, com o corpo, com a alimentação, com o presente, com o passado e com o futuro – em suma, ela fabrica relação do homem com o mundo e consigo mesmo.”<sup>2</sup>

---

1. NIETZSCHE, Friedrich. *A genealogia da moral*. São Paulo: Moraes, 1995.

2. GUATTARI, Félix & ROLNIK, Suely. *Cartografia do desejo*. 4. ed. Rio de Janeiro: Vozes, p. 1986.

Nesta perspectiva, diante das transformações estruturais por que passa a sociedade, a política mercadológica atual imprime um desejo e liberdade de consumo diretamente ligados à construção da identidade do sujeito. No entanto, torna-se visível que a relação entre mercado e indivíduo acaba por promover uma fragmentação das identidades, na medida em que seleciona e produz a exclusão.

Dentro desse contexto, na tentativa de manter a unidade do sistema mercadológico, permitindo seu funcionamento no campo de ação para universalização do consumo material e manutenção de consumidores assíduos, são utilizados certos mecanismos de poder que são convocados para legitimar a submissão às leis mercadológicas, regidas pelos motores do materialismo e individualismo.

Nesse sentido, o contexto social contemporâneo traz à cena a doutrina religiosa que se instala no mesmo patamar de poder do mercado, pois ambos encontram-se pautados no discurso de valor simbólico e exercem forte influência sobre os indivíduos. Conforme Foucault:

**“A doutrina liga os indivíduos a certos tipos de enunciação e lhes proíbe, consequentemente, todos os outros; mas ela se serve, em contrapartida de certos tipos de enunciação para ligar indivíduos entre si e diferenciá-los, por isso mesmo, de todos os outros.”<sup>3</sup>**

Desse modo, a doutrina religiosa se coloca numa posição de superioridade ideológica que, para validar e impor o seu discurso, nega os demais, impedindo-os que de circulem discursos no interior de sua instituição. No entanto, na tentativa de difundir e de

---

3. FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 6. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1970, p. 43.

estabelecer suas verdades, realiza o que, na ótica foucaultiana, se chamaria de apropriação social de outros discursos.

Essa nova configuração religiosa apresenta afinidades contundentes entre os pressupostos filosóficos cristãos e os fatores econômicos concernentes ao capitalismo, pois a determinação da conduta dos indivíduos, no que se refere aos impulsos práticos de ação, subjacentes aos contextos psicológicos e pragmáticos da religião, fará parte também do contexto da ética econômica, favorecendo e garantindo as relações de mercado.

Assim sendo, nota-se que a religião no mundo moderno tem-se adequado aos moldes do capitalismo, transformando-se num palco competitivo onde cada instituição busca a conquista de mais fiéis, visando estabelecer a garantia do seu espaço, sacramentando sua soberania. Isso pode ser comprovado pelo nível do anúncio de determinadas religiões que apelam para os mais variados artifícios de sedução para fazerem circular os seus discursos e ampliar cada vez mais o seu domínio.

Vale ressaltar que esse tipo de comportamento não se aplica a todas as denominações evangélicas, mas a um grupo específico dentro do contexto do Cristianismo.

Os vários estudos e pesquisas realizados em revistas de grande circulação nacional, a exemplo de *Veja e Época* sobre grupos religiosos, mostram que, apesar de o Brasil ser o maior país católico do mundo, o destaque, no campo religioso brasileiro, está para as igrejas de origem protestante, que têm apresentado um crescimento acelerado, fazendo com que o grupo dos evangélicos chegue a compor um número de aproximadamente 22 milhões de fiéis, levando o Brasil a ser o segundo maior país protestante do mundo.

As igrejas evangélicas tiveram sua gênese no início do século XVI, quando Martinho Lutero, monge da igreja católica, se insurgiu contra a mesma, interpelando a venda de

indulgências pelo papa, entre outras “irregularidades” afins. E ao escrever 95 teses e pregá-las na catedral de Wittenberg, desencadeou um dos mais importantes processos de transformação social da história, intitulado Reforma Protestante, ocorrido a partir de 1517.

Após esse acontecimento, surgiram igrejas não-católicas com diversas denominações, pertencentes à linha histórica, com destaque para as Luteranas e Batistas.

Já no final do século XIX, surgem nos Estados Unidos as Igrejas Pentecostais, que, ao chegarem ao Brasil, ramificaram-se originando as igrejas “Assembléia de Deus”, “Congregação Cristã no Brasil”, “Deus é Amor”, etc. São instituições que, apesar de terem suas bases pautadas na filosofia das igrejas históricas, apresentam características distintas, com ênfase em curas divinas, milagres, e línguas estranhas.

No entanto, em se tratando das igrejas evangélicas que estão em maior evidência no cenário econômico brasileiro, apresentando-se como grupos argutos, competitivos e empreendedores, tanto no mercado religioso como no financeiro, destacam-se as igrejas da vertente neopentecostal, que são também classificadas por alguns autores como pequenas seitas.

Essas instituições baseiam-se na “teologia da prosperidade” ou “confissão positiva”, criada por Kenneth Hagin, na década de 40, que, segundo reportagem da revista *Época*, intitulada: “Pastores da prosperidade”, foi o primeiro a fixar o dogma: “Evangélico que não prospera na vida não está apto a desfrutar as dádivas dos céus. E para recebê-las, é preciso antes dar a Deus.”<sup>4</sup>

---

4.ADEODATO, Sérgio. Pastores da prosperidade. Revista *Época*, São Paulo, n.º124, p.56-61, outubro, 2000.

Aqui no Brasil, o culto da prosperidade iniciou seu processo de expansão basicamente a partir da década de 80. E as duas igrejas responsáveis pela implantação dessa nova filosofia foram a “Universal do Reino de Deus” e a “Internacional da Graça de Deus”. Posteriormente, surgiram como divulgadoras do mesmo discurso a “Sara Nossa Terra” e a “Renascer em Cristo”, igrejas que prometem o “paraíso na terra” para seus fiéis.

Essas igrejas representam uma colossal máquina da fé no mercado financeiro. Mantendo suas engrenagens em pleno vigor, enfatizam o lado da prosperidade material e, diante da insatisfação do sujeito, frente às desigualdades econômicas e à impossibilidade de aquisição de bens de consumo, surgem como amparo às camadas menos favorecidas prometendo efeitos imediatos e utilitários, através de uma liturgia peculiar com apelos intensos de cunho materialista, que permitem manipular a esfera emocional do indivíduo. A partir dessa prática, conseguem provocar um forte entusiasmo no fiel, que, conforme revista *Veja*, em *A força do Senhor*: “Gera dinheiro na forma de dízimo, e este dinheiro ao se transferir para a mão de pastores, que vêem a religião como negócio, tem gerado tanto o crescimento de muitas denominações quanto “maracutaias”, denúncias e investigações.”<sup>5</sup>

Contudo, o assédio dessas igrejas não se limita apenas às camadas menos favorecidas da sociedade. Já é possível vislumbrar várias igrejas evangélicas com departamentos estrategicamente organizados para atrair gente rica e famosa. A iniciativa tem revelado um grande sucesso, pois essas igrejas oferecem espaço para aqueles que querem proferir suas orações ao Supremo, sem serem obrigados a ouvir condenações pelas práticas capitalistas.

---

5. OLIVEIRA, Maurício & OLIVEIRA, Neide. A força do Senhor. *Veja*, Rio de Janeiro, nº26 p.88-95, julho, 2002  
Um dos templos da “Renascer em Cristo,” em São Paulo, dedica o culto das segundas

segundas-feiras aos integrantes da Associação Renascer de Empresários e Profissionais Evangélicos (AREPE). Já a (ADHONEP) Associação de Homens de Negócios do Evangelho Pleno é uma das instituições que se dizem adeptas à teologia da prosperidade, pautada na idéia de que Deus recompensará a todos aqueles que mais contribuírem com a sua igreja.

Assim sendo, a palavra de Deus assume um papel de mercadoria que é comercializada por certos líderes religiosos protestantes que, através de um alto investimento no mercado, expandem e demarcam seu território, apropriando-se, também, dos meios de comunicação de massa. para anunciar o seu produto: o Evangelho. E, utilizando-se dos espaços da mídia, fazem circular o seu discurso em programas de rádio, TV, revistas, etc., competindo com êxito no mercado religioso.

Vale salientar que esse comportamento das referidas igrejas tem suscitado discussões não apenas no meio social, mas, principalmente, no contexto protestante considerado mais tradicional.

Para os cristãos mais fervorosos, a pregação do evangelho implica em renúncia pessoal e dedicação plena ao reino de Deus, enfocando sua soberania. Portanto a ênfase maior deve ser dada à fé cristã, que prima pelo processo de transformação espiritual do homem, para que possa receber bênçãos materiais que sirvam de instrumento para glorificação do reino de Deus.

Nota-se, portanto, quão desumana e perniciosa é a atitude desses líderes evangélicos, que no intuito de conquistar mais fiéis para seu rebanho, ampliar seu espaço no mercado e expandir o seu império, fazem uso da fé cristã, apropriando-se e mercadejando o discurso religioso para realizar um vergonhoso processo de exploração humana.

Esse tipo de prática constitui uma inversão de valores, que, para Nietzsche<sup>6</sup> nasce de uma vontade de potência de indivíduos, que, pautada em princípios de “falsas verdades”, acabam por promover o aniquilamento do ser humano, na medida em que manipula seus desejos, limita suas ações, aprisionando seu espírito, para a corrosão da alma.

---

6. NIETZSCHE, Friedrich. *O Anticristo*. São Paulo: Moraes, 1984.

Nessa perspectiva, para que se possa combater esse tipo de prática, abrindo caminhos para uma crítica dos valores estabelecidos e historicamente arraigados, torna-se necessário operar no interior dessas instituições, no sentido de realizar uma “transvaloração de valores”, que possibilite a criação de uma nova política social, que prime pela valorização da vida, e do homem.

## Referências Bibliográficas

- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos, conflitos multiculturais da globalização**. 4.<sup>a</sup>. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- DERRIDAT, Jacques & VATTIMO, Gianni. (Orgs). et. al. **A Religião: seminário de capri**. São Paulo: Estações Liberdade, 2000.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural do Colége de France, pronunciada em 02 de dezembro de 1970**. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 1970.
- HEASTER, Duncan. **Princípios Bíblicos: um manual do estudo revelando a alegria e a paz do verdadeiro Cristianismo**. Copyright:1999.
- NIETZSCHE, Wilhelm Fridrich. **A genealogia da Moral**. Trad. Joaquim José de Faria. São Paulo: Moraes, 1995.
- \_\_\_\_\_. **O anticristo**. Trad. Joaquim José de Faria. São Paulo: Moraes, 1984.
- SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo cultura na Argentina**. Trad. Sérgio Alcides. Rio De Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

## Periódicos

(revistas)

- ADEODATO, Sérgio. *Pastores da prosperidade* .Revista Época, São Paulo, n.º 124, p.56-61, outubro, 2000.
- OLIVEIRA Mauricio & OLIVEIRA, Neide. *A força do Senhor*. Revista Veja, São Paulo, nº 26, p.88-95, julho 2002.
- TEICH, Daniel, Hessel, SALGADO, Eduardo. et al. *Um povo que acredita*. Revista Veja, São Paulo, nº 50, p. 124-129, dezembro, 2001.