

A MORAL (NEO) PENTECOSTAL E A ÉTICA EMPREENDEDORA: SOBRE A TEOLOGIA DA PROSPERIDADE E O IMPULSO PARA O TRABALHO

THE (NEO) PENTECOSTAL MORAL AND ENTREPRENEURIAL ETHICS: ABOUT THE PROSPERITY THEOLOGY AND THE IMPULSE FOR WORK

Manuela Lowenthal Ferreira¹

Resumo: A pesquisa se detém em analisar como aspectos religiosos orientam a vida de adeptos da Teologia da Prosperidade em Igrejas pentecostais e neopentecostais, o modo como interpretam e cumprem as prescrições religiosas e o seu direcionamento para o trabalho e o sucesso, finda por adquirir o estatuto de uma prática disciplinadora, com acentuada relevância nas mais variadas esferas da vida, afetando a forma como os indivíduos lidam com a prática profissional, e mais especificamente o empreendedorismo, contribuindo também para a percepção de superação e resistência às condições financeiras estabelecidas. Ou seja, busca-se compreender como as Igrejas pentecostais e neopentecostais apresentam uma visão própria sobre trabalho, focando no contexto atual e no contexto em que essa Teologia surgiu e se expandiu no Brasil, coincidindo com o período de intensificação de políticas neoliberais. Para tanto, a pesquisa se voltou para a Igreja Universal do Reino de Deus e a Igreja Bola de Neve da cidade de Campinas-SP, ambas praticantes da Teologia da Prosperidade e ambas igrejas que proporcionam um determinado impulso ao empreendedorismo e ao trabalho autônomo.

Palavras-chave: Pentecostalismo; Empreendedorismo; Universal do Reino de Deus; Igreja Bola de Neve.

Abstract: The research focuses on the analysis of how religious aspects guide the life of Prosperity theology adepts in pentecostal and neo-pentecostal churches, the interpretations and fulfill of religious prescriptions, and their direction towards work and success, in which they acquired the status of a disciplinary practice, with a marked relevance in the most varied spheres of life, affecting the way how the individuals deal with professional practice,

Artigo submetido em 21/03/2017. Aprovado em 28/04/2017.

¹ Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista. Estuda a nova formação de mercados, no que envolve o mercado religioso, Teologia da Prosperidade e empreendedorismo e as novas concepções de sagrado e profano na sociedade contemporânea e a sua relação com a Economia. E-mail para contato: manu_lowe@hotmail.com

and more specifically entrepreneurship, also contributing to the perception of overcoming and resistance to established financial conditions. Thus, this paper seeks to understand how Pentecostal and Neo-Pentecostal churches present their own vision of work, with focus on the current context and in the context in which this theology emerged and expanded in Brazil, which is coincident to the period of neoliberal policies intensification. For that purpose, the research turned to the *Igreja Universal do Reino de Deus* (Universal Church of the Kingdom of God) and the *Igreja Bola de Neve* (Snowball Church), both practitioners of Prosperity theology and provide a certain impulse to entrepreneurship and self-employment.

Keywords: Pentecostalism; Entrepreneurship; Universal Church of the Kingdom of God; Snowball Church.

Introdução

Para compreender este fenômeno atual, faz-se necessário uma breve revisão histórica do campo religioso na América Latina e, em específico, no Brasil. O cenário religioso sofreu mudanças consideráveis nos últimos vinte anos até os dias atuais. Trata-se de um processo de diversificação de igrejas que começou a ganhar força no início do século XIX com a chegada dos protestantes no Brasil e que cresceu ao longo do século XX, sendo hoje um fenômeno nunca visto antes na história. É necessário se considerar o processo que, entre o período colonial e imperial, resultou na formação de um sistema de crenças, hábitos, práticas, símbolos que compõem princípios básicos da esfera religiosa brasileira, observando suas continuidades e rupturas.

Apesar de se afastarem em alguns pontos do universo tradicional, a formação de diversas vertentes pentecostais e neopentecostais com influências católicas e afro-brasileiras se ressignificam e transcendem o tempo, se incorporam e interiorizam as transformações concomitantemente a outras esferas sociais, de forma que se mantêm e crescem progressivamente, rompendo com os paradigmas que afirmavam o fim da religião no modelo de sociedade contemporânea.

Como parte importante do processo de constituição do campo religioso brasileiro, houve um intenso sincretismo que pode explicar a singular situação do quadro religioso atual. Inicialmente, houve uma grande troca, embora não pacífica, entre a religião católica e as crenças e práticas indígenas e africanas. No mesmo período, entre o século XVI e século XVIII, aconteceu a chegada dos protestantes que a princípio eram os luteranos (1824), seguidos pelos metodistas (1836), congregacionais (1855), presbiterianos (1859), os batistas

(1881), episcopais (1898) (MENDONÇA e VELASQUES FILHO, 1890, p. 27-26). Posteriormente, vieram os kardecistas, que influenciaram fundamentalmente a construção de algumas doutrinas atuais, como a relação entre o mundo espiritual e o mundo material.

A primeira vertente pentecostal no Brasil é chamada *pentecostalismo de primeira onda* (FREESTON, 1994), ou *pentecostalismo clássico* (MARIANO, 1999). Posteriormente, surge o *pentecostalismo de segunda onda* que se diverge da primeira principalmente em relação à visão de mundo secularizada, na qual houve maior aproximação de certas igrejas ao mercado e à mídia. São denominações que passaram a comercializar produtos, se midiaticar (com o uso de meios de comunicação de massa como a rádio e a televisão), realizar eventos como shows e promover encontros religiosos. Houve de fato uma ressignificação da manifestação religiosa e a forma de se ser religioso no mundo secularizado, e principalmente uma secularização da própria religião. A partir deste contexto, passam a surgir novas denominações que lidam de forma ainda mais distinta com questões de ordem material. É o *pentecostalismo de terceira onda*, ou (*neo*) *pentecostalismo*.

Quanto ao processo de secularização², houve um determinado distanciamento de alguns setores em relação à influência dos símbolos e estrutura dos significados religiosos, e, conseqüentemente, uma diminuição da dominação destas instituições na vida pública, pois, como aponta Antônio Flávio Pierucci (2006) em seu artigo³, o conceito de secularização define a questão da legitimidade da autoridade da Igreja. Em outras palavras, há uma considerável diferença entre a secularização institucional e a secularização individual; o que ocorreu foi o que o autor Kepel (1991) identifica como “revanche do sagrado”. O que ocorreu, em especial nos países do terceiro mundo (NEGRÃO, 1994), foi uma mudança no conceito de religioso e sagrado, e principalmente na forma como se experiencia a religião e a religiosidade na sociedade contemporânea (LOWENTHAL, 2016).

Ronaldo Almeida questiona o uso da teoria de Weber para analisar o fenômeno religioso atual:

² Como por exemplo, quando Peter Berger em “Religião e Sociedade” (2000), se retrata do que disse anteriormente em “O Dossel sagrado” (1984) sobre o processo de secularização, afirmando que o mundo após a secularização, houve um processo de dessecularização, pois a religião não só permanece atual, como está cada vez mais forte, pois não houve uma secularização individual e somente institucional. Ou quando Antônio Flávio Pierucci aborda que não houve secularização nos países do terceiro mundo.

³ “Secularização em Max Weber: Da contemporânea serventia de voltarmos a acessar aquele velho sentido” (1998).

O conceito weberiano de “conversão”, que até muito recentemente explicava o complexo processo subjetivo de adesão a um novo credo, não parece mais capaz de elucidar essas rápidas idas e vindas entre religiões aparentemente tão díspares entre si: um processo interior em que a consciência religiosa não acusa, pelo menos à primeira vista, incongruências cognitivas.

(ALMEIDA; MONTERO, 2001, p. 92-101)

Houve um deslocamento da experiência religiosa para outras áreas da vida social, mudando seu papel, forma, função e abrangendo espaços públicos e seculares, ao se vincular diretamente à vida profissional, criando um determinado impulso específico para trabalhos autônomos e empreendimentos. As teorias clássicas parecem não mais suficientes para apreender tal complexidade.

A autora Daniele Hervieu-Léger (1999, p. 59) afirma que as teorias acerca do papel e função da religião na sociedade passaram de “fim da religião” para “religião em todos os espaços”: “as religiões tendem a se apresentar como matéria-prima simbólica, maleável, que pode dar lugar a reaproveitamentos diversos, segundo o interesse dos grupos que a exploram”.

1. Teologia da Prosperidade e o Empreendedorismo (Neo) Pentecostal

A secularização institucional, proveniente da separação do Estado com a Igreja Católica, descentralizou o monopólio desta Igreja, permitindo maior diversidade religiosa. Este fato, por um lado, gerou um imenso leque de possibilidades de denominações que até então não encontravam espaço para seu desenvolvimento e, por outro lado, criou a competição entre essas igrejas e a necessidade de estratégias de diferenciação a fim de se destacarem no meio. Nesse contexto, as neopentecostais passam a utilizar a Teologia da Prosperidade como ferramenta de atração ao público, uma vez que sua doutrina incentiva a vivência material, além da crença na eficácia simbólica das práticas e representações religiosas, atendendo efetivamente as demandas buscadas pelos fiéis. O autor Clifford Geertz (1978), amparado pela antropologia interpretativa, busca identificar as inter-relações entre o comportamento dos sujeitos e os sentidos atribuídos por eles às suas experiências e

às características do contexto sociocultural ao qual pertenciam. É o que observamos na relação entre religião como expressão espiritual de uma sociedade.

O surgimento das neopentecostais e da Teologia da Prosperidade no Brasil nos anos 90 coincide com a implementação do "mercado livre" pelo governo Collor. Algumas concepções como "produtivismo" e "imediatismo" adentram no imaginário da sociedade brasileira. Nesse sentido, muitos autores relacionam as igrejas à lógica mercantilista, vinculada à determinada mercantilização da fé. Mariz (1995) e Giumbelli (2008) chamam a atenção para o repúdio existente entre os intelectuais em relação a essas igrejas que "fetichizam" o dinheiro (ORO, 1993), demonstrando diversas facetas dessas instituições.

É importante considerar a possibilidade de que o uso e a adesão da Teologia da Prosperidade possa vir a ter um caráter de superação e resistência a questões sociais, sendo esta a metodologia norteadora deste estudo. Pois, é certo que, nos últimos tempos, a sociedade brasileira tem sido exposta a uma série de ameaças e carências de toda ordem e que a convicção nas ferramentas racionais de intervenção e participação política para a transformação do país enfraqueceram e se fragmentaram.

Até bem pouco tempo atrás uma fatia respeitável da igreja cristã empurrava todas as bem-aventuranças para o céu e para a eternidade. Dizia-se então que era necessário suportar pacientemente o sofrimento presente [...] A Teologia da Prosperidade está trazendo o celeste porvir para o terrestre presente. Para comermos a melhor comida, para vestirmos as melhores roupas, para dirigir os melhores carros, para termos o melhor de todas as coisas, para adquirir muitas riquezas, para não adoecermos nunca, para não sofrer qualquer acidente, para morrermos entre 70 e 80 anos, para experimentarmos uma morte suave — basta crer no coração e decretar em voz alta a posse de tudo isso. Basta usar o nome de Jesus com a mesma liberdade com que usamos nosso talão de cheques

(Ultimato, Série Cadernos Especiais, Teologia da Prosperidade, março, 1994, p. 5)

Essa passagem expressa, de forma bastante clara, a ênfase material que essa Teologia prega, e conseqüentemente, sua proximidade com a lógica de mercado, assim como a sua atuação e ênfase em relação à atividade empreendedora e ao trabalho autônomo, apresentando caráter de atuação psicológica e proporcionando mudanças.

Diante deste contexto, o pentecostalismo passa a atingir estratos médios da população, mais especificamente uma categoria até então não interessada por essas igrejas: empresários, profissionais liberais e autônomos. Isso rompe com um paradigma comumente

colocado pela literatura científica acerca do campo religioso, a qual considera que as doutrinas pentecostais e suas vertentes lidam essencialmente com classe baixas, explorando suas necessidades materiais e afetivas. Porém, o que se observa hoje é que este quadro mudou, sendo parte deste estudo voltado também para estabelecer uma concepção panorâmica deste contexto, buscando compreendê-lo dentro das particularidades e especificidades da realidade brasileira.

Essa expansão de fronteiras, a qual o pentecostalismo experiencia, demonstra sua intensa complexidade, uma vez que se trata de uma doutrina extremamente ampla, com grande poder de adaptação e plausibilidade discursiva. O aparente distanciamento entre a compreensão teórica e o fenômeno religioso brasileiro faz com que alguns autores reduzam a religião à escolha racional, cujos motivos são semelhantes à compra de um produto, envolvendo avaliação de benefícios e prejuízos. Buscamos aqui obter compreensão maior do fenômeno, na qual envolve o contexto histórico e econômico, as práticas e crenças culturais, políticas sociais, entre outros diversos fatores que constituem esse panorama religioso.

Isso nos leva a diversas outras questões, por exemplo, a necessidade de observar como é traçado o novo caráter da experiência sagrada na sociedade contemporânea, no tocante às relações de tempo/espço, vivência/imaginário e espírito/matéria, compreendendo a construção da fé como parte simbólica da história, sendo ela mesma constituinte da produção espiritual e material de um povo, a qual não está deslocada da vida diária e cotidiana. Sendo assim, “o fenômeno religioso é a expressão de ideias de um determinado tempo histórico, revelando a sua essência a partir de uma análise dialética das circunstâncias reais, fruto do passado e das interações do presente” (LOWENTHAL, 2016, p. 11).

É certo que não basta o ato de adesão à Teologia da Prosperidade para que o indivíduo se torne imediatamente um empreendedor. Há inúmeros fatores que contribuem para uma mudança comportamental a partir da conversão à determinada Igreja Neopentecostal, e a partir disso passa a pensar de forma empreendedora, buscando, dessa maneira, transformar sua condição financeira. Há uma correspondência entre as estruturas sociais e as estruturas mentais, na qual se estabelece através de sistemas de estrutura simbólica (BOURDIEU, 2007).

Tratando-se da religião na sociedade contemporânea, as relações se estabelecem a partir de símbolos também econômicos, na qual se configuram em relações de consumo. A

religião passa a se intercalar com as demais esferas, incluindo em sua organização o uso de elementos racionais e, conseqüentemente, políticos, na qual se assemelham estritamente ao modelo de organização empresarial. Há, portanto, uma série de elementos que são agregados à vida destas pessoas, assim como símbolos que são construídos e reproduzidos a partir do discurso proferido nos cultos, de forma que essas pessoas são instruídas nos meandros de uma lógica racionalizada, uma vez que essa religião é, por outro lado, intimamente ligada à dimensão emocional e explora este fator de forma intensa.

É também importante pensarmos acerca desse perfil racional em contrapartida com o lado emocional de igrejas que pregam a Teologia da Prosperidade, uma vez que são instituições extremamente burocratizadas, as quais se apropriam amplamente de recursos e técnicas de mercado semelhantes ao modelo de organização empresarial, porém, que se debruçam intensamente em questões de ordem emocional em experiências sensoriais e “mágicas”. Por meio de diversos estímulos e meios sensoriais, são ativadas dimensões emocionais talvez nunca percebidas pelo inconsciente do fiel. O culto direciona as pessoas e suas emoções para um momento de “isolamento coletivo” que é realizado pela presença de Deus no evento. Ou seja, a Igreja se volta para oferecer ao fiel uma experiência diversificada de emoções e sensações através de um determinado clima psicossensorial adaptado e produzido.

Por meio de uma vivência estética em conjunto com a ideia do espaço sagrado, que está apoiada em suportes materiais, há um “serviço” oferecido em troca do dízimo. Este serviço se configura na excitação da alma e do corpo, um acionamento de determinados estímulos que geram prazer, alívio e comoção, entre outras emoções. Nesse sentido, há dois lados das práticas neopentecostais que tornam sua doutrina extremamente eficiente e plausível: por um lado, seu cunho emocional que atrai e envolve os fiéis; por outro lado, há a intensa racionalização que os mantêm, proporcionando ação prática e eficiente em suas vidas materiais.

2. A Igreja Bola de Neve e a Igreja Universal do Reino de Deus

Os ícones religiosos também apresentam enorme influência nessa eficácia de atração dos fiéis. Os pastores e líderes religiosos podem fornecer muitos elementos interessantes para pensarmos e compreendermos a organização social, seus arquétipos e sua composição

mercantil, através de sistemas de estrutura simbólica (BOURDIEU, 2007). Os pastores de cada igreja proposta para este estudo representam agentes símbolos do sucesso e da prosperidade, comprovando a plausibilidade e comprovação da Teologia da Prosperidade. O líder, evidentemente, exerce grande influência sobre a forma como a igreja será organizada, atribuindo suas características pessoais, colocando-se como modelo a ser seguido, tornando-se praticamente heróis.

Esses líderes apresentam, inclusive, muitas práticas empreendedoras fora do âmbito religioso, como é o caso da Bola de Neve e principalmente da Igreja Universal do Reino de Deus, nas quais seus pastores são donos de diversos empreendimentos como emissoras de TV e rádio, gráfica, e até mesmo donos de grife de roupa, como é o caso da Bola de Neve.

O primeiro empreendimento econômico, propriamente dito, que Macedo adquiriu para sua denominação foi a Rádio Copacabana do Rio de Janeiro, em 1984. Seis anos depois, já havia comprado emissoras em São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Bahia, Goiás, Ceará, além de outras também do Rio. Edir Macedo e sua instituição prosseguiram fazendo aquisições no setor de radiofonia até formar a Rede Aleluia. O passo inicial para a montagem desse conjunto de emissoras foi a compra em 1995 da Rádio Scala FM em São Paulo, depois de uma disputada negociação que envolveu a Rede Globo. Em 2002, a Rede Aleluia já abrangia sessenta e duas emissoras, chegando em 2008 a um total de setenta e oito em quinze unidades da Federação

(SOUZA, 2011)

Os grupos religiosos proporcionam também a organização dos sentidos e experiências em um patamar comum, assim como as identidades e papéis são construídos e delimitados, criando identidades e um ambiente com todos os elementos de uma comunidade moral baseada em relações de reciprocidade. Os aspectos religiosos e seculares que são intrínsecos na sociedade local e inerentes aos indivíduos adeptos passam a determinar um direcionamento e um regimento do modelo econômico comercial com especificidades.

No contexto atual brasileiro, partimos da relação entre “crise econômica” (que tanto está em alarde pelas mídias e meios de comunicação em massa) e o crescimento pela procura por igrejas que utilizam a Teologia da Prosperidade, na hipótese de que esta busca é vista como uma possível solução alternativa aos problemas como o desemprego e a falta de

recursos materiais, no sentido de que o papel da lógica interna das igrejas pentecostais é a principal responsável pela conversão das classes menos favorecidas da sociedade.

Em relação à escolha das igrejas, a opção foi feita por diversos fatores que tornam essas denominações espaços ricos para o estudo da relação entre empreendedorismo, ascensão social e a Teologia da Prosperidade como ferramenta de realização de metas e melhorias na vida dos frequentadores ou o aperfeiçoamento das práticas empresariais. A relação entre os frequentadores e os líderes dessas igrejas apresenta laços verticais e fortes. A pesquisa foi realizada em igrejas da cidade de Campinas-SP, na qual foi realizada ampla pesquisa etnográfica a fim de estabelecer aproximação com os frequentadores dessas denominações, assim como compreender a dinâmica e estrutura de símbolos deste espaço.

A IURD, como é chamada, apresenta uma concepção própria na relação entre Deus e o dinheiro, com a ideia de que o fiel tem “direitos” na Terra por ser filho de Deus e frequentador da Igreja do Senhor. Assim, deve reivindicar a prosperidade e a felicidade. Isso cria uma noção de parceria e confiança entre o fiel e Deus, além de incentivar o início ou a retomada de uma atividade empreendedora ou empresarial, motivando os fiéis através de atividades, palavras de fé, orações, palestras e testemunhos que buscam incentivar o impulso de um negócio próprio, o desenvolvimento de novas habilidades, a criatividade comercial, a inovação, entre outros elementos que caracterizam a igreja como uma ferramenta de inserção de fiéis evangélicos no universo do trabalho autônomo (MESQUITA, 2007). Não há limite de idade para o estímulo da elaboração de um “projeto”; todas as idades são incentivadas, diferentemente da Bola de Neve, que se dedica principalmente ao público jovem.

Em relação ao caráter empreendedor, podemos enfatizar um culto bastante específico, a “Nação dos 318”, que ocorre todas as noites de segunda-feira:

A Nação dos 318 tem por objetivo mostrar à pessoa a importância de ter uma vida próspera. A cada reunião, o congressista ministra palestras sempre enfocando o aspecto financeiro e empresarial aliado à fé em Deus. Quem já participa da Nação dos 318 tem conquistado o sucesso financeiro e a realização profissional

(IGREJA UNIVERSAL, 2006)

A Nação 318 faz parte de um grupo de vários cultos, chamado “Reuniões da Felicidade” (Sessão de Descarrego, Filhos de Deus, Terapia do Amor etc.), sendo o seu foco específico, de acordo com a IURD, a prosperidade:

A prosperidade é uma promessa de Deus e deve fazer parte da vida de todo aquele que é fiel e age de acordo com as Sagradas Escrituras. Embora muitas pessoas tenham fé e sejam justas naquilo que realizam, elas têm sido derrotadas no âmbito financeiro

(idem)

Nesse sentido, a IURD apresenta grande número de pessoas que buscam prosperidade material ou autonomia no trabalho, entre outras questões, como doença, conflitos familiares, abuso de drogas. Analisa Almeida (2009) que, além disso, a instituição proporciona algo mais do que simplesmente solucionar os problemas financeiros; a adesão à Igreja Universal implica uma ascensão social, segundo seus folhetos de propaganda de casos solucionados. Outro diferencial da Igreja, apontado por Almeida, são as práticas cotidianas dos cultos, além da questão de que as redes evangélicas funcionariam como redes de reciprocidade e circuitos de troca entre os frequentadores, criando uma dinâmica em que os fiéis se ajudam entre si.

A Igreja Bola de Neve, por sua vez, é um pouco menor do que a Igreja Universal do Reino de Deus, porém, apresenta grande crescimento e relevância entre as neopentecostais. Foi fundada em 1999 pelo pastor, hoje chamado de “apóstolo”, Rinaldo Luiz de Seixas Pereira, que até então era responsável pelo ministério de Evangelismo da Igreja “Renascer em Cristo”. A igreja tem a Bíblia como base e defende princípios básicos do cristianismo protestante. Como uma Igreja Pentecostal tradicional, creem no Espírito Santo como enviado de Deus para operar milagres e transformar vidas. Porém, a ideia de transformação e de alcance do paraíso como resultado de boas ações se encontra em um campo muito mais terreno, baseado na Teologia da Prosperidade.

A Igreja Bola de Neve apresenta uma complexa divisão de funções e setores que existem para um melhor desempenho das atividades; são os chamados “Ministérios”. Entre os Ministérios da igreja, há um ministério reservado para a prática empreendedora:

A rede cristã de empreendedores — Recrie, nasceu da necessidade de compreensão e entendimento do Reino em todas as esferas e segmentos da sociedade, e não tão somente de sua face eclesial, em outras palavras, o Reino não se manifesta apenas entre as quatro paredes de um

templo ou, exclusivamente, em assuntos "religiosos" e espirituais. Recrie a maneira de conduzir sua empresa, recrie a forma de planejar seu futuro, recrie seus alvos e objetivos, recrie sua visão, procure e encontre a visão de reino para os negócios.

(Retirado do website oficial:
<<http://www.boladeneve.com/ministerios/recrie>>)

A Bola de Neve busca atrair grupos de jovens, voltando-se para a noção de mercado de trabalho entre os fiéis. O pastor, que é o agente atuante da instituição, “exerce influência sobre um determinado estilo de vida, incentivando normas de conduta, formas de comportamento, modos de pensar e agir, adotados e interiorizados pelos indivíduos” (LOWENTHAL, 2016, p. 76). A igreja oferece a inclusão do indivíduo a um determinado modo de vida, a um nível de conforto psicológico que imerge para além do espaço da igreja, alcançando também a esfera pública da vida dessas pessoas, assim como constrói uma identidade e simbologia própria, na qual os jovens frequentadores se sentem parte de um grupo com interesses, símbolos e pensamentos em comum, uma identidade que atua e que mantém um modo de existir no mundo em uma rede de significados. Isso demonstra que essas igrejas se estruturam não apenas como igrejas, mas como empreendimentos para atrair e manter o máximo de fiéis possível, tornando-os sócios da denominação. Por um lado, há um corpo burocrático complexo, mas, por outro, há o caráter de amparo e proteção.

Considerações finais

Ao analisar a atuação prática da Teologia da Prosperidade no meio empreendedor, observou-se como a construção discursiva e os referenciais dessa Teologia se relacionam com o mercado empreendedor e propiciam determinada mudança comportamental do frequentador, assim como ampliam a visão de mundo destes ao mostrar a possibilidade da realização de trabalhos autônomos e pequenos empreendimentos. As pregações, os discursos e as falas proferidas nos cultos das igrejas analisadas atuam como um incentivo de autoajuda que proporciona ao fiel, vulnerável diante de sua condição econômica, uma postura racional e uma conduta que comporta uma ética de trabalho, estabelecendo um paralelo entre a doutrina e a dimensão prática dos frequentadores.

A imensa adesão à Teologia da Prosperidade, muito além da sua eficácia material, tem relação também com a flexibilidade na significação dos fundamentos, com a intenção de alcançar maior número de pessoas e significado. A pregação encontra espaço no desemprego e na informalidade, e, como tornar-se autônomo é uma opção viável, a necessidade material é transcrita e simbolizada em dimensões religiosas (como algo a ser superado) que, por sua vez, possibilitam seu enfrentamento.

Além disso, há outro fator extremamente importante responsável pela imensa adesão e crescimento da Teologia da Prosperidade: a formação de vínculos entre os frequentadores, de modo a formar uma “rede” entre os fiéis que permite a existência da ajuda colaborativa entre pessoas que frequentam a mesma igreja. Isso amplia de modo significativo a possibilidade de sucesso e eficácia nos empreendimentos e nos negócios. Com termos empresariais, linguagem adaptada ao mercado, estratégias de marketing e propaganda e cultos que são chamados de “reuniões”, essas igrejas transmitem nitidamente uma ideia de sucesso e prometem, através da Teologia da Prosperidade, superação das condições de vida, ascensão social e poder material, na qual Deus é o sócio e o fiel é o empreendedor.

Referências

ALMEIDA, R.; MONTERO, P. Trânsito religioso no Brasil. In: *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, vol. 15, n. 3, 2001, p. 92-101. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n3/a12v15n3.pdf>>.

_____. *A Igreja Universal e seus demônios*. V. 1500. São Paulo: Terceiro Nome, 2009.

_____. Guerra de possessões. In: ORO, Ari P.; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (orgs.). *Igreja Universal do reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.

_____. Religião na metrópole paulista. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 19, n. 56, São Paulo, ANPOCS, 2004.

BERGER, Peter. *O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. São Paulo: Paulus, 1984.

_____. A Dessecularização do Mundo: uma visão global. In: *Religião e Sociedade*, vol. 21, nº 1, CER/ISER, Rio de Janeiro, 2001.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOUTANSKI, LUC; CHIAPELLO, E. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DEPOIMENTOS DE LÍDERES EVANGÉLICOS NO BRASIL ADEPTOS DA TEOLOGIA DA PROSPERIDADE. In: *Revista Ultimato*, série Cadernos Especiais, Mar/1994.

FRESTON, Paul. Breve história do pentecostalismo brasileiro. In: ANTONIAZZI, Alberto (org.). *Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo*. Petrópolis: Vozes, 1994.

LOWENTHAL, Manuela Ferreira. *A materialidade do trabalho religioso: um estudo sobre o neopentecostalismo da Igreja Bola de Neve*. Dissertação de Mestrado (Ciências Sociais). UNESP, 2016, 137 p. Disponível em: <<http://repositorio.unesp.br/handle/11449/144205>>.

FRIGERIO, Alejandro. Teorias econômicas aplicadas ao estudo da religião: em direção a um novo paradigma? In: *BIB – Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, 2000.

GEERTZ, Clifford. *A religião como sistema cultural. A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GIUMBELLI, Emerson. A presença do religioso no espaço público: modalidades no Brasil. In: *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 28(2), 2008, p. 80-101.

GUERRA, Lemuel. *A metáfora do mercado e a abordagem sociológica da religião*. *Religião & Sociedade*, v. 22, n. 2, 2002.

HERVIEU-LÉGER, D. *O Peregrino e o Convertido: a Religião em Movimento*. Lisboa, Gradiva, 1999.

HECHTER, Michael. Religion and rational choice theory. In: YOUNG, Lawrence (ed.). *Rational choice theory and religion*. NY: Routledge, 1997.

HUFF JUNIOR, Arnaldo. Campo religioso brasileiro e história do tempo presente. In: *Revista Brasileira de História das Religiões*, ANPUH Maringá (PR) v. 1, n. 3, 2009.

MARIANO, Ricardo. Os neopentecostais e a Teologia da Prosperidade. In: *Novos Estudos CEBRAP*, n. 44, 1996, p. 24-44.

_____. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MARIZ, Cecília L. Perspectivas Sociológicas sobre o Pentecostalismo e o Neopentecostalismo. In: *Revista de Cultura Teológica*, 1995.

MARQUES, Mônica. A religião na complexidade contemporânea Teologia da Prosperidade, Literatura de Autoajuda, Modernidade. In: *Anais 37º Encontro Anual da ANPOCS*; SPG11, 2013.

NEGRÃO, Lísias Nogueira. Intervenção. In: MOREIRA, Alberto; ZICMAN, Renée (orgs.), *Misticismo e novas religiões*. Petrópolis: Vozes/USF/FAN, 1994, p. 130-135.

ORO, Pedro (org.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.

_____. Podem passar a sacolinha: um estudo sobre as representações do dinheiro no pentecostalismo autônomo brasileiro atual. In: *Revista Eclesiástica Brasileira*, Petrópolis, v. 210, 1993, p. 301-323.

PIERUCCI, Antônio Flávio. Religião como solvente – uma aula. In: *Novos Estudos CEBRAP*, n. 75, São Paulo, 2006.

_____; PRANDI, Reginaldo. *A realidade social das religiões no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 1996.

PRANDI, Reginaldo. *A conversão de pentecostalismo*. Ilustríssima, Folha de São Paulo, 2013, p. 3.

SAHLINS, Marshall. Cosmologias do capitalismo: o setor transpacífico do ‘sistema mundial’. In: *Cultura na prática*, Rio de Janeiro, UFRJ, 2004.

SANCHIS, Pierre. O campo religioso contemporâneo no Brasil. In: ORO, Ari Pedro; STEIL, Carlos A. (orgs.). *Globalização e religião*. Petrópolis: Vozes, 1997.

SOUZA, André. Igreja Católica e Mercados: ambivalência entre a solidariedade e a competição. In: *Religião e Sociedade*, v. 27, n. 1.

_____. O empreendedorismo neopentecostal no Brasil. In: *Ciências Sociais y Religión*, v. 13, 2011.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 2 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.