
UM PÉ NO REINO E OUTRO NO MUNDO: CONSUMO E LAZER ENTRE PENTECOSTAIS*

Wania Amélia Belchior Mesquita

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro – Brasil

Resumo: *Este artigo analisa como os elementos doutrinários orientam as vidas de fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus, o modo como interpretam e cumprem as prescrições religiosas e o seu direcionamento para o consumo e o lazer. Focaliza a corrente teológica chamada Teologia da Prosperidade e como esta possibilita a acomodação da mensagem pentecostal a um contexto socioeconômico em que os fiéis valorizam a poupança e os investimentos como estratégias de uma ética de consumo. Deslocando-se a relação religião/produção para religião/reprodução social.*

Palavras-chave: *consumo, lazer, pentecostalismo, prosperidade*

Abstract: *This article assesses how doctrinal elements shape the lives of followers of the Igreja Universal do Reino de Deus, how they interpret and obey religious prescriptions, and their behavior towards consumerism and leisure. It focuses on a theological strand called the Theology of Prosperity and how it allows for the accommodation of a Pentecostal message to a socioeconomic context in which church-goers value savings and investment as strategies prescribed by a consumer ethic. This is made possible by replacing the religion/production notion with that of religion/social reproduction.*

Keywords: *consumerism, leisure, Pentecostalism, prosperity*

Através dos depoimentos dos fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus, busco examinar como os elementos doutrinários orientam as vidas desses adeptos, o modo como interpretam e cumprem as prescrições religiosas e o seu

* Este artigo é uma versão resumida de um dos capítulos de minha tese de doutorado. Durante o trabalho de campo realizei 37 entrevistas com membros da Igreja.

direcionamento para o consumo e o lazer. Trata-se de denominação que faz parte dos grupos religiosos brasileiros chamados de “pentecostalismo de terceira onda” (Freston, 2000) ou neopentecostais. Inovaram nos chamados usos e costumes e, principalmente, na maneira de encarar a vida terrena. Pregam a felicidade na terra, valorizam a riqueza material e deixam de lado restrições sobre a forma de vestir. A idéia de que privações materiais na terra garantem a felicidade no paraíso também foi abrandada nas igrejas pentecostais (Mariano, 1995). Para as novas igrejas, surgidas principalmente na década de 1970, a felicidade terrena ganha um destaque inédito. Como outros grupos desse segmento religioso, a Igreja Universal adotou totalmente a pregação de uma teologia de origem norte-americana, formulada no período posterior à grande depressão dos anos 1930, que enfatiza, segundo palavras do bispo Edir Macedo (1993, p. 11), que “ser cristão é ser filho de Deus e co-herdeiro de Jesus; dono, por herança, de todas as coisas que existem na face da terra”. Portanto, o cristão peca contra Deus quando se entrega à passividade diante da desgraça e pobreza.

A adesão do indivíduo aos “planos de Deus” é explicitada, na Igreja Universal, pela idéia de se estabelecer uma “aliança com Ele”. Desse modo, o ser humano torna-se sócio de Deus quando se dispõe a “fazer um sacrifício”, isto é, a oferecer à Igreja uma porcentagem de tudo o que ele ganhou ou pretende ganhar (o dízimo). Se isso for feito corretamente, Deus ficará obrigado a realizar o desejo de prosperidade de seus adoradores mais fiéis. Macedo ([s.d.], p. 79, 82) ensina que “dar o dízimo é candidatar-se a receber bênçãos sem medida [...] sob os aspectos físicos, espiritual e financeiro”.

Essa teologia apresenta uma visão de mundo sistematizada e atraente para os estratos que se costuma denominar de classe baixa e classes médias baixas, que navegam na incerteza da ascensão social ou vivem cotidianamente “maltratadas pelas mutações sociais e econômicas” (Oro; Corten; Dozon, 2003, p. 14). Sua mensagem mobiliza revoltados e desenganados, particularmente os que ainda não perderam todas as esperanças.

Por outro lado, a Teologia da Prosperidade serve perfeitamente aos interesses de um pentecostalismo de acomodação a um novo estágio socioeconômico da sociedade ocidental. Ao mesmo tempo, trata-se de um protesto, embora tímido e limitado, diante de uma ordem econômica que não cessa de produzir excluídos e não consumidores. Na análise de García Canclini (1997), estamos nos distanciando da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas. Atualmente, elas se constroem no consumo, dependem daquilo que possuem, ou daquilo que podem chegar a possuir.

Parece que as igrejas neopentecostais se adaptaram às promessas da sociedade de consumo, aos apelos do lazer e às opções de entretenimento criadas pela indústria cultural. De acordo com alguns pesquisadores, essa religião ou se mantinha sectária e ascética, aumentando sua defasagem em relação à sociedade e aos interesses ideais e materiais dos crentes, ou fazia concessões (Mariano, 1995). Essas se expressam no incentivo à prosperidade financeira pelos pregadores. Em algumas igrejas, como a Universal, há reuniões específicas para empresários, assim como “correntes da prosperidade”. A chave para explicar a prosperidade financeira e a expansão das próprias igrejas pode ser identificada, por um lado, na relação dos fiéis com o dízimo e as ofertas, que ocupam um lugar de destaque nos templos religiosos. Contudo, deve-se também considerar a atuação de um corpo de especialistas religiosos que se encontram à frente da administração dessa instituição religiosa.

A Teologia da Prosperidade difundida entre os fiéis pentecostais legitima o interesse mundano por bens materiais, promete a prosperidade, a felicidade e a realização. Assim, os critérios de poder e de prestígio que muitos fiéis acreditam deter na sociedade são apresentados sem que em nenhum momento sejam questionados. Isso parece elevar o nível das aspirações, podendo criar mecanismos permanentes de busca de acesso a determinados bens de consumo, a despeito dos ganhos de renda. Nessa perspectiva, há a tensão entre os desejos de consumo e a impossibilidade de satisfazê-los.

Consumo, poupança e prosperidade: seu redimensionamento pela fé

Entendo que o consumo pode ser relacionado à subjetividade dos entrevistados (Campbell, 2001). Na perspectiva deste autor, há um hedonismo moderno, baseado em emoções, fruto de um novo tipo de subjetividade, gerado sobretudo pelo individualismo, em contraposição ao hedonismo tradicional, baseado no prazer sensorial. Nesse sentido, o consumo moderno é considerado como uma consequência do padrão de gratificação das pessoas; assim, a insaciabilidade existe justamente porque o consumo é alimentado por sentimentos românticos existentes no imaginário dos consumidores. Campbell (1998) tem enfatizado que tanto discussões acadêmicas quanto populares a respeito do consumo tendem a centrar seu foco sobre dois discursos, ou retóricas dominantes: a do precisar (satisfação) e a do querer (desejo). Essas retóricas são relacionadas com modelos contrastantes de ações humanas com ideologias. A retórica da necessidade tem sua origem numa filosofia utilitarista, de inspiração

puritana, do conforto e da satisfação, enquanto a retórica do desejo tem sua origem numa filosofia inspirada no Romantismo, de busca pelo prazer.¹ Para o autor, ainda que ambas as ideologias e suas retóricas associadas estejam institucionalizadas na sociedade contemporânea, é a primeira que tende a ter maior legitimidade.²

Assim, as retóricas da necessidade e do desejo acompanham as práticas corriqueiras de consumo. A primeira pode ser reconhecida pelo uso da própria palavra “precisar”, em conjunto com sinônimos e termos relacionados tais como “requisição”, “necessidade” (ou “necessidades”), “falta de” e “deficiência”. Também incluídos nesse discurso estão antônimos associados, tais como: conforto, bem-estar, satisfação ou utilidade. Constantemente, o discurso e a retórica do querer consistem – além do próprio termo “querer” – em palavras e expressões tais como: “desejar”, “interessar-se por”, “adorar”, “atrair-se por”, e “gostar de”, enquanto aqui os antônimos se relacionam com tédio e indiferença. Também nessa retórica estão incluídas palavras e frases associadas com o conceito de gosto, ou seja, a capacidade que se supõe que governe nossas preferências e aversões.

Embora no discurso cotidiano as pessoas muitas vezes utilizem termos desses dois discursos alternadamente, trocando as palavras “precisar” e “querer” como se fossem sinônimos, isso não refuta a diferenciação proposta. Ainda que em alguns contextos o uso da linguagem seja relativamente descuidado e impreciso, uma análise mais atenta do uso pelas pessoas nos contextos de consumo propriamente ditos – especialmente no momento da compra ou quando debatendo sobre compras feitas ou consideradas – sugere que não só aqueles consumidores estão cientes da diferença crítica entre estes dois discursos,

¹ Embora comumente vistos como intransigentemente hostis “ao mundo”, os puritanos não condenavam, de fato, todas as formas de consumo, pois aceitavam como legítimo o consumo dirigido a satisfazer as necessidades. O que eles condenavam ferozmente era qualquer gasto além do considerado indispensável. Em outras palavras, era o consumo do querer o objeto de sua desaprovação. Poderosos e persistentes eram seus ataques a toda e qualquer atividade que pudesse ser enquadrada dentro desta (Weber, 1996).

² O autor destaca que Bourdieu, assim como Veblen antes dele, estava mais preocupado em delinear como o consumo está envolvido na criação e manutenção de relações sociais de dominação e submissão. O trabalho de Bourdieu nos traz algumas luzes no que diz respeito a como as pessoas chegam a precisar, querer ou desejar mercadorias, assim como escolher entre alternativas que prometem graus diferentes de satisfação a “custos” diferentes, ao mesmo tempo entendendo cada função pessoal ou social que o uso e a exposição de mercadorias de consumo podem preencher (Bourdieu, 1984).

mas também os empregam, de fato, diferentemente, para assim concluir suas metas de consumo (Campbell, 1998, p. 236).

Assim, considera-se que objetos possuem utilidade e, portanto, a capacidade de proporcionar satisfação. Dessa maneira, necessidades podem ser solucionadas através de coisas reais. Prazer, por outro lado, não é uma propriedade intrínseca a nenhum objeto, mas um tipo de reação que as pessoas têm quando estão frente a certos estímulos (Campbell, 1998, p. 237). Com isso, contrariamente à ênfase na oferta, na análise centrada na economia, a abordagem de Campbell nos leva a pensar nas questões da orientação para o prazer e auto-realização através dos bens.

Dessa forma, identifica-se a atuação do corpo eclesiástico como mediador da construção dos valores que constituem respostas espiritual e social aos desejos e anseios dos fiéis. Essas lideranças religiosas se orientam fundamentalmente pelo “hedonismo moderno”, isto é, a retórica do querer, baseados em uma teologia que enfatiza a melhoria de vida neste mundo, com grande valorização da riqueza, sendo essa um “direito” dos fiéis atribuído por Deus, que pode proporcionar a realização de todos os desejos e necessidades (Mariano, 1996, p. 11).

De todo modo, não podemos desconsiderar que as diferenças entre os trabalhadores por conta própria e empregadores, dos setores populares e médios, poderão determinar suas atitudes de consumo. De fato, analisando os relatos, verifiquei que as respostas sociais ao consumo são diferenciadas. Os entrevistados se organizam de acordo com seus sistemas de crenças e desejos e suas possibilidades de concretização ou não.

Alguns membros dos segmentos mais favorecidos podem não consumir, nem desejar exatamente as mesmas mercadorias de pessoas dos segmentos populares. Mas os que habitam o mesmo universo simbólico frequentemente têm maior proximidade quanto aos desejos de consumo, podendo ou não efetivá-los. Em termos teóricos, pode-se dizer que existe um sistema simbólico de consumo e inúmeros subsistemas adaptados às múltiplas realidades socioculturais. Conforme nos lembram Douglas e Isherwood (1980), o gozo dos bens relaciona-se apenas em parte com o consumo físico. Ele também se associa, de forma fundamental, ao seu papel de “marcadores”, a maneira como os bens são manejados e consumidos pelos diferentes segmentos sociais.

Focalizando inicialmente o desejo e a possibilidade de consumo dos trabalhadores por conta própria, posso considerar como um dos elementos fundamentais para analisar o desejo e a possibilidade de consumo de determinados bens a atitude em relação à poupança financeira. Se o ato de poupar é valoriza-

do, de modo geral, pelos segmentos da população mais pobre, a possibilidade concreta de realizá-la torna-se cada vez menor. Todos os entrevistados, apesar de afirmarem ter conseguido um rendimento maior com o trabalho por conta própria, têm tido dificuldades de poupar, seja para investimentos nos negócios, seja para possibilitar a aquisição de itens de consumo pessoal ou familiar. De acordo com os relatos, quase a totalidade do rendimento familiar é gasto no consumo imediato de itens básicos relacionados à alimentação, serviços públicos (gás, energia elétrica, etc.), transporte, saúde e aluguel.

Além disso, mencionam que a irregularidade ou sazonalidade e o baixo rendimento do tipo de atividade que exercem acabam dificultando a realização de uma poupança. Aqueles que conseguem tê-la, o fazem como uma forma de “reserva”/“ter algum guardado” para os momentos de dificuldade, e não para consumo cotidiano. Essa situação foi relatada por apenas dois entrevistados: J., 39 anos, membro há dez anos, proprietário de um auto-lanche, casado, pai de dois filhos (em idade escolar), fala da dificuldade de se fazer uma poupança:

Deus tem me dado condições de ter uma pequena poupança [segundo o entrevistado, de 2 mil reais]; é realmente para uma emergência, faço isso há cinco anos, depois que a minha segunda filha nasceu. É para alguma situação difícil, você sabe, a gente trabalha na rua e de uma hora para outra acontece alguma coisa com a gente, como doença, o carro quebra e aí como fica? Já mexi duas vezes até para ajudar uma irmã, mas até finjo para mim que não tenho e falo o mesmo pra minha esposa, para gente pensar como se não tivesse, porque senão, no primeiro aperto quer ir logo tirar. Não, a gente aperta daqui e dali, mas se segura.

Já L., 34 anos, separada, decoradora de festas infantis, explicou que conseguiu fazer uma poupança de aproximadamente 3 mil reais depois da sua separação conjugal, há dois anos, tempo que frequenta a Igreja.

Nós nos separamos porque não tava dando certo. Ele vivia na farra com umas pessoas que dizem ser amigos dele e se envolveu com uma mulher. A gente brigava muito, o dinheiro dele mal dava para juntar com o meu e pagar as contas. Quando eu fazia um trabalho a mais ele pensava logo em gastar, não se preocupava com o dia de amanhã. Qualquer coisa fazia um churrasco e pagava cervejas para amigos. Eu gosto dele, ele é pai das minhas filhas, ele vai mudar. Vivo em oração, faço as correntes da família. [...] Hoje, eu com as minhas filhas, no final do ano, quando tem mais serviço, eu sempre reservo um dinheiro, coloco na poupança, não rende nada, mas lá está guardado.

Não se pode desconsiderar, como já demonstrado por vários trabalhos, a ênfase no ascetismo por parte dos grupos pentecostais (Mariz, 1994, 2000). Os relatos dos fiéis que entrevistei indicam que muitos deixaram de consumir bebidas, cigarros, drogas e o envolvimento com “jogos de azar” após a conversão. Mesmo que isso não seja o suficiente para levar a uma poupança, oferece uma realocação de recursos. Da mesma forma, mediante a situação de precariedade financeira, reduzem os gastos considerados desnecessários e estabelecem estratégias para conseguir manter determinado padrão de consumo fundamental, sobretudo a partir de uma otimização na relação custo/benefício, ajustando o mínimo de dispêndio ao máximo de adequação.

Eu só estou de pé porque Jesus me dá sabedoria, não fico fazendo maluquice não. Eu compro conforme o dinheiro vai entrando. Não dá para fazer aquela compra do mês, em que você acaba comprando coisas que poderiam esperar. Aproveito as promoções do supermercado, como de carne, mas eu não compro carne de segunda, apesar de ser mais barata, sai mais caro, você gasta mais gás e não rende quase nada. O pão está caro, aí eu faço broa de milho [...]. (V., 57 anos, separada, costureira, membro há 13 anos).

As tentativas de fazer uma poupança, mesmo que essa não se concretize, é considerada como uma atitude valorizada, pois constitui um meio necessário à aquisição da casa própria, concebida como um patrimônio. Alguns fiéis afirmam que em determinado momento conseguiam adquirir o terreno, a casa própria ou a reforma da residência porque faziam a compra mínima de vestuário, alimentação e eletrodomésticos. Mas, como afirma N., 38 anos, uma bordadeira, casada, membro há nove anos: “nós já tivemos poupança, mas como é que vai se guardar dinheiro se está fazendo obra?”.

Essas duas mulheres se encontram entre aqueles do universo pesquisado que possuem residências construídas no quintal de familiares, em pequenos lotes comprados, ou pequenas casas adquiridas pelo sistema de financiamento do governo. De modo geral, com o passar dos anos, costumam ampliar os cômodos dessas residências para dar maior conforto à família. Um pequeno número – quatro entrevistados – pagam aluguel. Esses entrevistados são os que criam mecanismos mais rigorosos na tentativa de se fazer uma pequena reserva de dinheiro, sobretudo para a compra de material para construção da casa, nos casos em que têm terreno próprio ou no quintal da família. Trocam com menos frequência os móveis e eletrodomésticos e restringem os gastos financeiros de algumas atividades dos filhos.

Ah, aqui em casa tem que segurar as crianças, elas não entendem que a gente não tem dinheiro para ficar gastando com bobagens, mal dá para pagar as contas, o dinheiro que entra eu seguro para tentar comprar um saco de cimento, uma parte do piso. Quando a gente, no final de semana, vê que tem este dinheiro, meu marido logo compra o material que dá e leva para obra. A gente ainda está pagando um crediário dos outros materiais que comprou para levantar a casa. Foi assim que a gente conseguiu colocar a laje da casa. A gente tem que determinar as coisas. Deus não quer isso para gente, a gente quer ter a nossa casa, não dá para todo mês pagar o aluguel, um dinheiro que nunca mais vai ver na vida. (L., 44 anos, é vendedora ambulante de refrigerante, casada com um pedreiro e mãe de três filhos, membro há 15 anos).

A casa própria é a aspiração mais forte dos entrevistados; alguns apontam o desejo de deixarem o terreno dos familiares, pois na ocasião em que construíram, como precisavam de um lugar, não consideraram a possibilidade de venda do local em caso de morte dos pais. Interessante observar que, mesmo assim, falam em ter uma casa num terreno maior, onde os filhos possam construir quando casarem, caso haja necessidade. Como destaca Mariz (1994), construir a casa é muitas vezes um projeto de toda uma vida, e, às vezes, de toda a família. Em alguns casos, esses projetos são herdados dos pais, apesar de a autora não identificar, em seu estudo, uma motivação religiosa entre os seus entrevistados para aquisição da casa própria. Ela observou que a ética pentecostal parece levar a que se faça mais poupança do que a ética de outros grupos religiosos por ela pesquisados. Já os entrevistados de minha pesquisa demonstram uma motivação nesse particular, e dão um significado religioso a essas aquisições. Nesse sentido, a motivação ao consumo é primeiramente religiosa e mágica, já que muitos vivem sem nenhuma previsibilidade financeira, no curto prazo, para a aquisição de determinados bens desejados. Mas é precisamente por esse mecanismo que o fiel acredita poder reverter a sua situação.

Em nome de Jesus, a situação vai mudar. Eu estou orando, porque Deus já providenciou a nossa casa. Mas eu ajo, não deixo de ter a minha fé. O nosso terreno é de posse que compramos de uma obreira da Igreja, ainda estamos pagando para ela. Mas tivemos que colocar logo alguma coisa lá, aí a gente fez uma meia-água e mudou sem nenhum conforto. (M., 54 anos, viúvo, fretista, mora com um filho, membro há sete anos).

Ainda em relação aos investimentos em residências, alguns entrevistados, que já possuem casa própria em áreas com problemas com o tráfico de drogas e a violência, falam que gostariam de se mudar para lugares mais tranquilos. Porém, é consenso entre os entrevistados, independentemente do segmento social e do local de moradia, que a violência permeia toda a cidade.

Nesse ponto, é interessante mencionar que dois entrevistados residem em condomínios fechados. Apesar do crescente desejo por segurança servir como única justificativa para as pessoas procurarem esses condomínios, deve-se considerar que o aprofundamento a respeito das questões que envolvem esse contexto contempla outros aspectos, mais complexos, e que não se adequam ao escopo deste artigo. Importa, aqui, destacar que os motivos pelos quais esses dois entrevistados optaram por morar nesses condomínios também são, entre os segmentos mais favorecidos, valorizados pelos *status* de se morar nesses locais e ter acesso aos serviços que neles se encontram. Eles mencionaram que o que mais os atraiu foram as extensas áreas comuns, equipadas com instalações esportivas, de lazer, de serviços, de uso exclusivo dos moradores. Apenas secundariamente falaram sobre a questão da segurança. Assim, o acesso privado a esses serviços pode ser considerado uma manifestação do desejo de morar com mais conforto, mas que também vem sustentado pelo discurso contra a violência. Frente ao medo do aumento da criminalidade violenta, as pessoas afirmam se proteger sobretudo pela fé. As soluções religiosas são vistas como as mais eficazes – talvez fortalecidas pela religiosidade, essas pessoas parecem não ter a ilusão de que se pode ter maior segurança apenas dentro dos muros de espaços protegidos.

Crédito e a possibilidade de consumo

Ao falar de poupança, nenhum entrevistado referiu-se às constantes contribuições feitas à Igreja, o que poderia dificultar a intenção de se fazer uma reserva financeira, ou mesmo de impedimentos de familiares por esta atitude. Alguns fiéis revelaram que muitas vezes não têm o dinheiro para cumprir com os “propósitos” financeiros feitos à denominação religiosa. Mas, conforme mencionado anteriormente, entre as diferentes contribuições financeiras, o dízimo é considerado uma obrigação que dificilmente deixa de ser cumprida. “No discurso e na prática da Universal, o pagamento do dízimo não é, de modo algum, voluntário, no sentido espontâneo. Pelo contrário, o dízimo é tratado como lei de

Deus” (Mariano, 2003, p. 246). Para os fiéis, a crença é que o pagamento do dízimo pode conduzir a uma reversão na situação de dificuldades e bênçãos de prosperidade.

É uma obrigação, eu fico com 90% e Deus com 10. Se eu não fosse fiel estaria na pior. Só sei que Deus tem me abençoado. Se a gente não tiver Jesus, a gente pira. É conta para pagar, falta isso, falta aquilo, não sobra. Está difícil para todo mundo. Tem muita gente na Igreja que também está passando uma luta legal. Uma conhecida minha perdeu até o telefone. (J., 51 anos, casada [marido desempregado], cabeleireira, membro há 17 anos).

Observei que a Igreja busca orientar os fiéis para não fazerem dívidas além da condição que possuem para quitá-la, assim como empréstimos. Por exemplo, uma matéria da *Revista Plenitude* (2003, p. 16-17), intitulada “Saia da lista de devedores: caminhos para limpar nome na praça e recuperar crédito”, traz a seguinte abordagem:

Se o Brasil sofre para pagar a dívida externa, que dirá o cidadão brasileiro, respeitando as proporções, é claro. Tantas despesas – compromissos atrasados, emissão de cheques sem fundos, dívidas no cartão de crédito e alta de juros para pessoas físicas [...] têm levado nomes de inadimplentes para o cadastro de serviços de proteção ao crédito (SPC). Com o nome sujo, a pessoa não obtém financiamentos, não abre contas, não retira talões de cheques, corre o risco de ter a conta corrente cancelada e não pode assumir cargos públicos. Então pense bem antes de emprestar o nome a terceiros e ser avalista. Este é outro aspecto que contribui para a inadimplência.

Isso, inicialmente, pode parecer uma ambigüidade ou superposição de concepções das idéias, já que as lideranças evocam os desafios e propósitos durante as reuniões, mesmo que o fiel não tenha condições de cumpri-los. Mas o que está em jogo é a produção de sentidos que os fiéis atribuem em sua prática cotidiana.

A cabeleireira J., por exemplo, diz que evita fazer dívidas em datas de aniversários, faz o que dá “dentro do que pode”. “Eu não fico fazendo gracinha pra agradar ninguém, porque depois passa a data festiva e fica só a preocupação de como vai ser para pagar”. Porém, nem todos os entrevistados “se seguiram”, sobretudo diante de necessidades mais imediatas; se “não têm saída”, muitos usam cartão de crédito e empréstimos bancários, ou compram algum eletrodoméstico.

Dívida? Dívida para aquele que é cristão, como para aquele que não é cristão, é sempre dívida! Dívida a gente tem que lutar contra ela, a gente tem que batalhar... a gente tem que lutar para combater ela, mas todo mundo tem dívida. O Brasil que é o Brasil tem dívida! Já pensou? Uma pessoa que ganha um salário-mínimo e não ter dívida? É muito difícil! Esse Brasil é feito só de dívida mesmo! (M. L., 60 anos, viúva, proprietária de um trailer em uma favela, membro há sete anos [mãe de seis filhos; destes, quatro adultos moram com ela]).

O acesso a cartões de crédito ou cheques é algo importante, pois amplia a margem de crédito para aquisição de determinadas mercadorias. Empréstimo, crediário, cheque especial e cartão de crédito tornaram-se, para muitos, a possibilidade de satisfação imediata de alguns desejos ou necessidades, estabelecendo compromissos financeiros no presente, em troca da fruição de bens de consumo muitas vezes acima do seu padrão de vida. Alguns disseram que as suas dívidas aumentaram “bastante” depois que passaram a fazer usos desses itens. A grande maioria recorre a esses mecanismos, especialmente pela facilidade do pagamento de parcelas infundáveis.³

Quando você deve, você tem crédito no banco, não é? Eu tenho crédito no banco. Dou um cheque, o banco cobre! Não posso dizer que eu tenho dívida porque quando você tem dívida você passa até fome quando você não tem condições de pagar! (J., 28 anos, casado, taxista, membro há oito anos).

O cartão eu fiz porque eu tinha o da [loja de departamentos] e eles me ofereceram o cartão de crédito para comprar em outras lojas. Eu tento segurar, quando não dá para pagar tudo eu pago o mínimo, mas é uma bola de neve, só aumenta, eu quase perdi porque atrasei dois meses, não tive o dinheiro para pagar. [(., 51 anos, casada, cabeleireira, membro há 17 anos).

Quando o endividamento é inevitável, passa a ser visto como um “compromisso que deve ser honrado”, é grande o receio de não conseguir pagá-lo, de ter “o nome sujo” pela inadimplência, de ter o nome na lista do Serviço de

³ Isso resulta, na maior parte das vezes, no endividamento de um grande número de pessoas, que compram mercadorias que na verdade não têm como pagar. Muitos entrevistados falaram que ao quitar e pagar os encargos necessários no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) ou algum órgão similar, voltaram a fazer outras dívidas na medida em que obtiveram novamente crédito no mercado.

Proteção ao Crédito. Crucial nesse aspecto parecem ser os valores morais, pois o que está em jogo é a dignidade, a respeitabilidade pessoal.

Eu morro de medo de ter o meu nome sujo, é a única coisa que eu tenho. Hoje em dia até para você arrumar um emprego eles verificam se o seu nome está sujo. Já atrasei prestações, mas nunca perdi o crédito, eu até posso não ter o dinheiro, mas onde eu chego, mesmo sem ter como comprovar renda, eu consigo fazer o crediário, eles perguntam se eu tenho cartão de crédito, pedem carnês de outras lojas. (S., 41 anos, casado, pintor e eletricista, membro há quatro anos).

Freqüentemente, a Igreja Universal retrata a situação de fiéis que conseguiram sair do “fundo do poço” das dívidas que pareciam não ter solução, inclusive com menção aos valores, números de cheques sem fundos, restrições aos usos de cartões de créditos e contas bancárias, etc. A adesão religiosa traria um visível efeito compensador: tendo a sua vida transformada e agora socialmente aceita pela utilização de tais serviços, a pessoa teria, pelo menos em tese, a possibilidade de vivenciar experiências favoráveis e gratificantes em relação ao consumo, o que reforça a idéia do poder da Igreja e a repetição da estratégia utilizada durante os cultos e programas na mídia. Por outro lado, a preocupação com a prosperidade parece não se resumir apenas ao desejo de exibição pessoal dos bens adquiridos, uma vez que o comportamento em relação ao trabalho e à fé são valorizados, podendo espelhar também certa característica presente na estrutura social atual, na qual a aquisição de certos bens é extremamente valorizada e referendada como componente direto de uma determinada situação social.

A gente quer comprar um ar condicionado, mas a gente está todo enrolado aqui. Vou deixar para o ano que vem, não me meti, vou esperar. Aí vou comprar e vai ter mais a conta de luz, vai ficar pesado. (Antônio, 30 anos, casado, membro há quatro anos).

Nesse sentido, as impressões emitidas e percebidas pelos entrevistados são extremamente importantes em seus cotidianos, uma vez que fornecem as bases referenciais em relação à situação desejada. Tenta-se fazer uma “escolha” que não seja pelo funcional, mesmo com limitações econômicas. Ainda que a posse de dinheiro possa representar acesso a determinados bens, a aquisição ultrapassa a condição econômica, é referenciada pelas dimensões simbólicas e culturais (Bourdieu, 1984).

Você quer comprar aquele vestido, você chega e compra; você quer comprar aquela calça, não tem dia! As pessoas de posse é assim, não tem dia de você comprar, eu com essa idade toda aqui a gente compra no cartão, no cartão tem dia de comprar e dia de pagar. Então é isso; é você chegar e não precisar de cartão, você está com cheque na mão e tem dinheiro na conta, passa o cheque e aí você compra. Você compra aquele sapato. “Não, vou comprar aquele ali, aquele ali mais caro!”. Chegar para o dono da loja ou para o rapaz que trabalha lá e falar que “eu quero aquele ali”. Porque tem lojas quando você chega a pessoa olha para você e fala logo o preço, se não tiver preço ela fala logo porque ela acha que você não tem condições de comprar, entendeu? Tem loja muito chique que você esbarra na porta para entrar para comprar, o cartão te dá uma possibilidade para você comprar, você tendo o cartão você entra numa loja chique e compra, mesmo sem ter dinheiro. (P., 64 anos, viúva pensionista e vendedora de produtos cosméticos, membro há 23 anos).

Esse depoimento ilustra uma representação dos economicamente mais desfavorecidos acerca das práticas de consumo dos setores mais elevados. A idéia é que pelo consumo se pode demonstrar uma melhor situação social, distinguindo-se de outros. Mas, em vez de se partir do pressuposto da diferença e construção de segmentos sociais específicos, pode-se interpretar tal fato como uma tentativa de aproximação social desses entrevistados em relação a determinado estrato social. Certamente, as particularidades nas relações entre discurso e prática são referenciadas pelo significado subjetivo do consumo. Os fiéis identificam nas mensagens religiosas a possibilidade de expansão do consumo a determinados bens e serviços, a ascensão aos segmentos com melhores condições de vida; falam que se sentem motivados a recuperarem essa condição ou inserirem-se nela, e para tanto não medem esforços na construção dessa situação.

Nesse sentido, os entrevistados, apesar do “querer”, não se orientam meramente por uma perspectiva utilitarista. Deixam claro o “outro lado disso”, as suas escolhas estão baseadas em uma racionalidade “substantiva” (Weber, 1964), são eticamente justificadas pela Teologia da Prosperidade e a atitude de consumo no registro do “querer” também é eticamente restringida em sua voracidade pelas admoestações contra “o passo maior que a perna”, muito claras nas suas atitudes e comportamentos sobre os meios de acesso ao consumo e as suas conseqüências financeiras. Mas isso no plano ideal, das intenções, porque parece que no da prática concreta muitos recorrem a créditos, empréstimos e financiamentos. Mas sempre com a confiança de que Deus os suprirá no momento certo.

Eu fiz um empréstimo para ir ao casamento da minha sobrinha, tive que comprar a passagem [de ônibus interestadual] também para minha irmã, que é mãe dela e que não tinha como ir. Aí aproveitei e peguei um pouquinho mais para comprar uma roupa para não ir de qualquer jeito. [sobre possibilidade de pagar o empréstimo] Eu oro e Deus manda, mas eu oro e tenho atitude, não fico deitada debaixo da coberta. (T., 42 anos, casada, costureira, membro há cinco meses).

Aquisição e a urgência neste mundo

As necessidades materiais de uma pessoa vão variar de acordo com as circunstâncias. Muitas dessas “necessidades” pouco têm a ver com a dimensão do gostar, querer e desejar (Campbell, 1998). Conseqüentemente, a expectativa de mudança está relacionada à legitimidade percebida do esforço de melhorar a vida. A mensagem religiosa, ao se referir ao consumo de determinados bens industrializados, os aciona como indicador da superação de uma condição de vida restrita à subsistência. Nesse sentido, religião, consumo e aspiração são engrenagens para o *modus operandi* de uma sociedade orientada para o mercado.

Não é só ter bens materiais! Tem gente que tem tudo e não tem nada! Eu tenho cliente aqui que tem casa, tem carro, é formado e não é próspero! Por quê? Porque vive na droga! São pessoas viciadas e não sabem nem o que fazer com aquilo que trabalhou e estudou! Isso não é prosperidade! Prosperidade é você viver em comunhão com Deus. Aí você saberá usar o que Deus te dá. Eu quero ter um carro! Eu sou um ser humano, eu vivo! Eu quero passear, eu quero andar! Eu não quero ficar escrava de táxi! É claro que eu não vou viver enfiada dentro do carro, mas na hora necessária, é meu conforto! Carro é um conforto! É um bem necessário! O carro não é mal, é um bem necessário! Com um tempo eu vou ter! Eu já tenho a carteira, a carteira está aí. Eu estou levando a carteira todo dia da prosperidade, eu vou ter um carro. Agora vai ter o tempo e a hora porque se eu não pedisse direção de Deus eu já tinha um carro. O que adianta eu ter carro e não ter condições de manter. Eu não quero carro de qualquer maneira, quero coisa que Deus me dá. É igual a linha telefônica, você vê que muita gente não pode manter nenhuma e eu com marido desempregado mantenho tudo em dia. (J., 51 anos, casada, cabeleireira, membro há 17 anos).

Assim como no depoimento acima, a renda e o consumo não são os únicos, ou os fatores mais importantes relativos à prosperidade. A fé, a família, a saúde e as relações pessoais sempre são referenciadas pelos entrevistados ao

falarem sobre as influências que afetam seu bem-estar. Há um dinamismo nas estratégias pessoais para driblar a condição de dificuldades materiais e financeiras que acaba por reacomodar a mesma situação, um processo constante de ajustamento das expectativas à realidade de acordo com a posição social (Bourdieu, 1984). Através do “próprio negócio”, espera-se obter melhores condições de trabalho e de vida, condições essas que não se referem apenas à base de recursos materiais indispensáveis, mas abrangem também a dimensão intrínseca da qualidade de vida, que envolve fatores como relações pessoais e felicidade.

Uma pessoa próspera é uma... Eu não vou dizer para você que eu estou próspera não... mas é o conjunto de tudo. Você tem que estar totalmente bem financeiramente, independente. Eu ainda dependo da minha mãe. Senão eu estaria dentro de minha casa, não estaria aqui. Não estaria levando minhas coisas de lá pra cá! Então eu não estou totalmente como eu queria. Quer dizer, a pessoa próspera é independente financeiramente, é uma vida bem estabelecida. A família, toda ela está na presença de Deus. É filho, marido e esposa. Todos no conjunto, juntos. Isso é uma família próspera, porque ela conseguiu estar toda ela na presença de Deus e com boa estabilidade financeira, ter um bom relacionamento familiar. É um conjunto. O que eu vejo de próspero é isso! Mesmo que tivesse uma boa casa, uma coisa muito boa, quer dizer, no caso também a saúde tem que estar. Às vezes uma pessoa pega uma doença, não pode, não pode aceitar! A gente tem um Deus que levou todas as enfermidades, então a gente tem que estar sempre bem dentro da promessa de Deus. (M., 36 anos, casada, trabalha com preparo e vendas de alimentos doces e salgados, membro há oito anos).

Muitos buscam melhorar de vida e a crença religiosa parece ajudá-los; apesar de todas as dificuldades financeiras e da imprevisibilidade de um futuro, eles enfrentam os desafios do cotidiano com o apoio religioso para a superação dessa situação. Por outro lado, a Teologia da Prosperidade torna plausível o consumo inerente ao sistema capitalista vigente na sociedade brasileira. A idéia de que privações materiais na terra garantem a felicidade no paraíso, tão frequentes em algumas igrejas pentecostais, é descartada pela Igreja Universal. Para os seus adeptos, a felicidade terrena – e aí entendida também como acesso a bens de consumo – ganha um destaque em suas vidas. Note-se que, em vista disso, há uma certa sobreposição entre “prosperidade” e “felicidade”, a primeira correspondendo ao fato, a segunda ao sentimento associado: os depoimentos apresentados mencionam uma espécie de *mix*, definindo a prosperida-

de como envolvendo bens materiais, saúde, família organizada, respeito, etc. Entretanto, observa-se que esses sempre começam mencionando as condições materiais.

A Igreja Universal, como outras denominações pentecostais, adapta-se às promessas da sociedade de consumo, aos apelos do lazer e às opções de entretenimento criadas pela indústria cultural. A “flexibilização” de alguns costumes, abolindo certas práticas restritivas, em vez de renegar o interesse material associa-o ao interesse pelas coisas deste mundo, justificando-o e incentivando-o (Mariano, 1996). Entretanto, conforme os relatos dos fiéis, apesar de vigorar a “retórica do querer”, isso não quer dizer “desmoralização” – pelo menos no plano ideal, pois já se viu que na prática concreta isso não ocorre: o que a Teologia da Prosperidade faz é justamente “moralizar o querer”.

A Igreja Universal, operando dentro de uma lógica também de serviços, difunde os valores e estilos de vida que são fundamentais para uma sociedade de consumo, constituindo-se como uma ponta de lança da “atualização” da antiga relação entre religião e economia proposta por Weber (1996). Mantém-se a afinidade entre as esferas, mas deslocada da relação religião/trabalho para a relação religião/consumo. Isso mantém viva a religião, mas segundo uma lógica em que a Teologia da Prosperidade – e a “batalha espiritual” – é a ênfase.

Ao expor diversas formas de se relacionar e posicionar, a Igreja Universal mostra e identifica bens de consumo e seus sentidos simbólicos como uma forma de demarcação das distinções sociais. Esses valores utilizados na construção do discurso religioso implantam paradigmas do que é ser “rico”, “pobre”, “moderno”, “urbano”, etc. Nesse sentido, os fiéis podem ler e interpretar os sinais relacionados a valores considerados modernos – bens de consumo, serviços e estilos de vida – que identificam na publicidade e na mídia. Com efeito, há uma identificação e projeção com muitos produtos e um desejo de encarnar também o papel de consumidor: não apenas ver, mas tocar e adquirir. E é isso que forma o quadro de referência para a auto-estima, ao contrário do esforço produtivo, que se torna apenas um meio para a formação de uma auto-imagem positiva.

As vivências de lazer

Pode-se ou não verificar algumas dimensões de lazer em determinadas formas de consumo. Pensar o lazer a partir das questões que orientam esta pesquisa requer considerar algumas peculiaridades desse fenômeno. Primeiro

é importante concebê-lo não simplesmente como tempo do não-trabalho. Conceituar o lazer significa reconhecer a existência de diferentes dimensões que compõem esta situação.

Por exemplo, muitos entrevistados relatam a falta de tempo disponível em quantidade suficiente para as necessidades individuais e a diminuição das perspectivas de lazer devido ao tempo ocupado com o trabalho, as tarefas familiares e cuidados com os filhos. Mas, por outro lado, alguns falaram que em função do tempo que dedicam ao trabalho desejam, na medida do possível, aproveitar a vida um pouco melhor em relação à questão do lazer e estar mais presente junto à família, ou seja, dar mais atenção à criação dos filhos e participar mais efetivamente da vida familiar.

Em princípio, poder-se-ia até pensar que a não-uniformização da jornada do trabalho entre os trabalhadores por conta própria indicaria uma vantagem, pois significaria flexibilidade. Esse suposto benefício, entretanto, não se apresenta como tal na realidade: jornadas mais flexíveis e horários individualizados não significam jornadas menores. O que se identifica nos diversos depoimentos são jornadas de até 15 horas por dia, durante dias seguidos. São mencionadas como cansativas, em que a remuneração financeira muitas vezes não é predefinida. Vale também lembrar o fato de que para muitas mulheres há a dupla jornada de trabalho, o que reduz ainda mais seu tempo disponível. Talvez por isso mais as mulheres disseram não ter “quase nenhuma” forma de lazer.

É interessante observar que muitos entrevistados, especialmente os dos segmentos com menores rendimentos, apresentam a ida à Igreja como sua principal atividade de lazer: “atualmente quase não tem lazer”, “é mais a Igreja mesmo”, “eu não tenho muito lazer, geralmente vou mais à Igreja, não sei se posso dizer que isso é lazer!”. Obviamente, a frequência regular aos cultos poderia levar a uma visão de que se gasta muito do tempo livre com esta atividade, uma vez que é considerada uma das mais relevantes. Mas o seu registro pode ter outra dimensão, e dois aspectos importantes destacam-se nesse sentido: o primeiro, conforme já mencionado anteriormente, tem a ver com a frequência relativamente alta às atividades do grupo religioso durante toda a semana; em segundo lugar, salienta-se o tipo e a atração da programação e das atividades da denominação, uma religiosidade referenciada pela segurança emocional e que, de certo modo, se pauta pela apresentação de soluções para os problemas vivenciados. A religiosidade de alguma forma possibilita para muitos destes fiéis o afastamento dos choques do dia-a-dia, repletos de frustrações e miséria.

Freqüentemente o lazer ocorre nos templos, locais onde muitas vezes existem cinemas e teatros, espaços de outras formas de lazer e entretenimento. Mas a participação em diferentes momentos dos cultos, como os louvores, as danças, as orações em voz alta, etc., acabam por possibilitar uma experiência bastante similar a algumas dessas atividades na perspectiva dos fiéis. Mas, mesmo assim, esse fato deixa ver os pontos entre as emoções e as renovações que podem ser encontradas nessas atividades. Certamente, é um elemento que ultrapassa a idéia banal de uma descarga de tensão através da atividade física, característica de algumas atividades de lazer. Assim, a ida à Igreja faz parte de todo um jogo de interdependência que exige, especialmente do fiel, formas de participação pautadas em procedimentos específicos. Há uma porosidade entre as atividades de lazer e as religiosas, busca-se no espaço da Igreja a experiência emocional que pode ser propiciada pelo lazer.

A imagem da Igreja Universal aparece como um ambiente completo de entretenimento, que propicia conforto e qualidade. Possibilidade de passeio, entretenimento e de compra.⁴ Por exemplo, uma das atrações para o fiel que visita a Catedral da Fé, em Del Castilho, no Rio de Janeiro, é a réplica em miniatura da cidade de Jerusalém no tempo em que “Jesus realizou seu ministério”. A estrutura da catedral visa a oferecer, em um só espaço, possibilidades de consumo em vários aspectos, funcionando como uma atração geral de lazer. A disposição das lojas e serviços também obedece a um sentido planejado que possibilita o trajeto dos fiéis ao se dirigirem ao centro do templo onde é realizado o culto. O planejamento arquitetônico privilegia o espetáculo, onde é possível se montar grandes cenários para as “correntes” realizadas e a participação não só de um grande número de fiéis, como também de pastores.⁵ Um exemplo é a “Corrente dos 318” pastores e bispos, realizada às segundas-feiras. A crescente construção de catedrais da Igreja Universal não ocorre de forma isolada, mas associada a outras formas de organização da Igreja, como a mídia e os pequenos templos.

O que se pode observar, de início, é que exceto a ida à Igreja, o principal lazer de muitos fiéis dos segmentos com menores rendimentos é doméstico, diz

⁴ Na Catedral da Fé da cidade do Rio de Janeiro se tem acesso a livrarias, lojas de CDs, vídeos e DVDs, museu e lanchonete de uma rede de lanchonetes (Bob's) presente nos principais *shopping centers* da cidade do Rio de Janeiro.

⁵ A Catedral Mundial da Fé tem capacidade para cerca de 10 mil pessoas sentadas.

respeito a atividades como assistir à televisão, ler a Bíblia, brincar com os filhos, que ocorrem fundamentalmente nesse ambiente.

A leitura da Bíblia foi apontada apenas por alguns entrevistados como atividade que costuma se desenvolver nos horários livres. Um número maior mencionou a leitura do jornal da Igreja e livros evangélicos. Todos dizem ter o hábito de ler pelo menos parte do jornal semanal da Igreja. Quando indagados sobre os títulos dos livros, a maioria foi capaz de mencionar cerca de cinco livros publicados pela Igreja Universal, sendo que, entre os entrevistados dos segmentos populares, apenas dez entrevistados leram algum livro da Igreja. Entre os fiéis dos segmentos médios a leitura é mais frequente, tanto de livros como de revistas da denominação.⁶ Nesse contexto, parece haver uma homologia do gosto, o julgamento discriminador e o conhecimento ou capital cultural, que habilitam grupos ou categorias específicas para a compreensão e classificação desses produtos, assim como a maneira de usá-los (Bourdieu, 1984).

Pode-se observar que a leitura regular e abrangente da Bíblia é apontada geralmente pelos segmentos mais altos; poucos são os que a fazem entre os com menores condições financeiras. Alguns entrevistados afirmam que geralmente falta-lhes tempo e disposição para concluir leituras iniciadas; muitos declaram ler trechos antes de se deitarem para dormir, ao acordarem, em ônibus durante algum deslocamento pela cidade, no horário do almoço etc. Poucos se voltam para a leitura do livro como um todo, ao acompanhamento da história na qual o fragmento está inserido. Além disso, observei que o fato de o fiel ter conhecimento textual de determinado versículo pode ser motivo de reconhecimento e prestígio na comunidade religiosa, estabelecendo, assim, uma disputa em torno dos bens e capitais do campo religioso (cf. Bourdieu, 1992).

Freqüentemente, nas conversas entre fiéis, a menção a determinada passagem bíblica pode levar a desdobramentos sobre o seu significado em torno do assunto discutido. Nesse sentido, mesmo de forma fragmentária, muitos entrevistados relataram que acabaram sendo estimulados a ler a Bíblia, ainda que

⁶ Em pesquisa realizada sobre os usos e efeitos da mídia no cotidiano dos fiéis com evangélicos de várias denominações na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, Fonseca (1997) apontou que os livros sobre doutrina da Confissão Positiva ocupam destaque nas preferências dos leitores evangélicos. De acordo com a classificação utilizada no estudo, as obras de Macedo aparecem como as mais lidas, por 63% dos fiéis da Igreja Universal. O autor destaca o problema de classificação desses livros, já que, além de práticos para a vida cristã, neles estão embutidos ensinamentos que podem ser classificados de Confissão Positiva ou da Teologia da Prosperidade.

inicialmente tenham encontrado dificuldades devido à complexidade e o volume de leitura.

Destaca-se, também, receber ou visitar amigos e parentes, ainda que muitas vezes as dificuldades financeiras sejam apontadas como obstáculos para a participação em festas e aniversários dos mesmos. Não há disponibilidade de tempo de todos os membros da família para a participação nessas atividades: prioriza-se o trabalho, pois “precisa-se de dinheiro”. Como já mencionado antes, muitos entrevistados são expostos a jornadas de trabalho desgastantes e nem sempre se pode determinar os momentos destinados ao lazer:

Deixei de ir ao casamento da minha prima e a outros aniversários porque precisava de dinheiro, tive que trabalhar. Mande as crianças com minha mãe e o meu marido ficou comigo. (J., 37 anos, casada, cabeleireira, membro há 12 anos).

Não dá para você se programar, às vezes na última hora pinta um serviço e hoje em dia não se pode perder as oportunidades, está tudo muito difícil. Minha mulher às vezes vai com as crianças. (S., 41 anos, casado, pintor e eletricitista, membro há quatro anos).

Foi possível identificar que a conversão religiosa não leva ao rompimento de determinadas redes de relações anteriores, pois, em última instância, a militância religiosa visa sempre novas adesões (Machado, 1996; Mariz, 1994). Mas uma relação possível com outras pessoas para além do espaço religioso também vai além do interesse e da racionalidade instrumental. Todos os entrevistados costumam frequentar festas de aniversários e casamentos de pessoas que não são da Igreja. Se o convertido estabelece uma atitude de reserva em relação a determinados ambientes considerados desfavoráveis à nova conduta de vida, como, por exemplo, festas religiosas não evangélicas, boates não evangélicas e bingos, não significa que sua sociabilidade se restrinja à “comunidade” religiosa. Mesmo que a aproximação dos entrevistados em relação a outros fiéis seja restritiva, especialmente no que se refere às relações de negócios, suas práticas não se baseiam apenas no cálculo, no pragmatismo e no utilitarismo, essas também podem ser revestidas por uma relação interpessoal. A reciprocidade, os laços morais e a comunicação interpessoal devem ser examinados nesse contexto.

A frequência e a adesão de pessoas à Igreja Universal são marcadas pela mobilidade dos fiéis, pois muitos não são membros ou têm pertencimento exclu-

sivo a essa denominação. Assim, muitos entram em contato com o grupo sem ter qualquer tipo de laço estabelecido, com um sentimento de pertencimento “frouxo” e baixa “lealdade”. Em outras palavras: “a facilidade como qualquer um pode mudar de uma [religião] para outra sem que o mundo caia. A própria noção de conversão religiosa vai se tornando um conceito fraco [...]” (Prandi, 1996, p. 260).

Alguns entrevistados relataram que, por questões financeiras, não costumam chamar os demais fiéis da Igreja para festas e reuniões que realizam. Chamam apenas os mais íntimos para evitar “fofocas”, pois algumas pessoas, não convidadas, e na maioria das vezes pouco próximas, acabam gerando comentários desagradáveis e que levam a acirramentos.

Eu já fiz algumas festas de aniversário aqui em casa e selecionava as pessoas que como eu estavam no dia-a-dia da Igreja. Na Universal de Alcântara é muita gente, não dá pra falar “vou chamar o pessoal da Igreja para ir lá em casa”. No máximo quatro pessoas que são as minhas amigas, mas mesmo elas também nunca têm tempo de vir, às vezes nem chamo mais [...] o pastor eu não chamo, ele tem muita atividade. Tem fofoca fora e dentro da Igreja, sempre tem um que fala. Porque não foi chamado ou veio pra depois falar para os outros o que tinha e o que deixou de ter, o que tem na sua casa e como são as coisas. (M., 36 anos, casada, trabalha com preparo e vendas de doces e salgados, membro há oito anos).

Interessante observar que os convidados geralmente são os que possuem maior tempo na denominação, mesmo que de outro local. Pode ocorrer de o entrevistado passar a freqüentar a Universal em outro bairro, e continuar em contato com fiéis do templo que freqüentava. E aqui cabe lembrar que esses vínculos permanecem por amizade, trabalho religioso (evangelização) e também por questões profissionais. Alguns entrevistados afirmaram que vários fiéis da Igreja que se tornaram seus clientes, geralmente tornaram-se seus amigos. A situação não difere muito entre os entrevistados dos estratos mais altos. Esses, se não enfatizam a dificuldade financeira, ressaltam os vínculos “frouxos” com uma parcela dos demais fiéis. Apesar de convidarem pessoas mais próximas, com baixa condição financeira, essas não se sentem à vontade para participarem desses eventos “requintados”. Justificam-se dizendo que não têm “como se arrumarem para o evento”. Já entre os fiéis mais favorecidos, a freqüência é maior, inclusive com a participação de políticos, artistas (cantores e músicos) e lideranças religiosas. Para melhor compreensão desse contexto,

lembramo-nos que Bourdieu (1984, p. 84) define o estilo de vida como um conjunto unitário de preferências distintas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, móvel, vestimentas, linguagens ou *hêxis* corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega diretamente à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados.

O que ressalta também dos depoimentos é que atividades como praticar esportes, ir a *shows gospel* e a restaurantes são mais verificadas entre os entrevistados dos estratos sociais mais altos: por exemplo, a frequência a restaurantes aumenta nos níveis mais altos de renda, mas como isso não foi uma tendência verificada entre todos os entrevistados, pode-se supor que antes de ser indicativo de um padrão diferencial de gastos, isso simplesmente aponta para o fato de que, comparativamente, muitos desenvolvem outras atividades. Por outro lado, ir ao teatro, ir ao cinema e ir a exposições quase não foram mencionadas pelos entrevistados desse segmento. Isso possibilita sugerir que, mesmo que os valores religiosos e morais não estabeleçam restrições às práticas destas atividades, alguns não as praticam pelo fato de não constituírem um hábito anterior à conversão religiosa. Tais valores são moldados por condições de vida que os geram e que são definidas num estilo. De fato, alguns entrevistados afirmaram que não iam com regularidade a teatros e cinemas antes da adesão religiosa. Para os que desenvolvem essas atividades é muito importante que a denominação religiosa não tenha práticas conservadoras, de impor proibições de frequentar cinemas, clubes, teatros, festas, eventos sociais e viagens, sendo possível conciliar a fé com uma intensa vida social.

Mesmo a possibilidade de viajar aparece com insistentes referências. Alguns entrevistados empregadores, com melhor poder aquisitivo, costumam viajar com a família e frequentemente utilizam casa própria ou se hospedam na casa de amigos e parentes. Muitos trabalhadores por conta própria não o fazem, primordialmente por razões de ordem financeira. De modo geral, os entrevistados dos dois segmentos associam a viagem com a possibilidade de “descanso” do trabalho cotidiano. Com isto, as viagens e os custos despendidos nessas ocasiões estão direcionados menos a produtos tangíveis, e muito mais ao consumo de sensações: alívio e repouso.

Se eu pudesse gostaria de viajar, descansar do trabalho pesado, conhecer outros lugares, mas isso é muito difícil, na realidade só viajei até hoje para visitar parentes. (IH., 39 anos, casada, doceira, membro há nove anos).

Ah, viajar, descansar um pouco, igual a gente fez no carnaval, largar tudo e ir embora. Fui para uma colônia que tem piscina para as crianças. Eu falei para o meu marido “ou a gente ia ou eu ia comprar coisas para colocar numa barraca para vender”. A gente estava até sem dinheiro, mas arrumamos emprestado com o meu cunhado que também foi com minha irmã e as crianças. (N., 38 anos, casada, bordadeira, membro há nove anos).

Nesse sentido, as atividades de lazer acontecem segundo critérios relativos de tempo e espaço que permitem falar em vários momentos além do espaço da Igreja. Atividades como ir à praia, consideradas por determinadas denominações pentecostais como reprováveis por serem “coisas do mundo”, não encontram restrições na Igreja Universal e os membros desta, quando as praticam, o fazem sem constrangimento, pois não vêem isso como contraditório à sua conduta religiosa. A maior frequência dessa atividade ocorre entre os mais jovens, mas mesmo esses vão raramente, pois o dia disponível a essa atividade – domingo – costuma ser reservado para idas à Igreja pela manhã. Apesar de freqüentarem também em outros dias da semana, assim como participarem da evangelização fora dos templos, o domingo é o dia da semana que costumam receber e visitar familiares.

Entre aqueles com menores rendimentos, observa-se uma prática de contenção de gastos ao irem à praia. Para economizar dinheiro, costumam levar lanches e bebidas para consumo dos familiares e amigos, restringindo as despesas ao transporte coletivo utilizado para se deslocarem, pois a grande maioria não possui o carro, um bem considerado extremamente desejável. L., 44 anos, uma vendedora de refrigerante, aproveita essas ocasiões para aumentar a renda familiar e conhecer outras pessoas. Num contexto de baixos rendimentos, muitas vezes os momentos de lazer acabam se apresentando como mais uma alternativa viável de trabalho e renda.

A gente chega cedo, curte um pouco quando o movimento ainda está fraco e depois trabalha, cada um fica um pouco com as crianças [13, 10, 11 anos] [...] às vezes as crianças ajudam, mas elas querem é mais saber de brincar e eu não gosto, fico preocupada delas andarem no sol e no chão quente, por isso eu ou meu marido fica com elas. A gente fica, consegue vender bem ficando o dia todo [...] eu também cato as latinhas para vender, dá um bom dinheirinho [...] já aconteceu da gente encontrar pessoas conhecidas, gente que a gente não vê há tempo, aí a gente bate um papo, come um peixinho [...]. (L., 44 anos, vendedora de refrigerantes, membro há 15 anos).

Dessa perspectiva muito geral, delinea-se o que transita entre os domínios do trabalho, do lazer e do religioso como passagens, às vezes quase imperceptíveis, constituindo interseções de diferentes mundos. Podem a qualquer momento transitar de um para o outro, em função de um código relevante para as suas existências. As discussões realizadas por vários pesquisadores sugerem que as fronteiras entre o mundo do mercado e mundo religioso estão se tornando mais frouxas. Cada vez mais há penetração das lógicas empresarial e de consumo na esfera religiosa (Campos, 1999). Os investimentos cada vez maiores na mídia; na construção de espaços que conjugam experiência religiosa, entretenimento ou mesmo a diversificação dos serviços prestados, com a abertura de agências de turismo que realizam peregrinações a Jerusalém; sem falar no lançamento de cartões de crédito que beneficiam as denominações e estimulam os fiéis a adquiri-los e buscarem melhorar de vida para utilizá-los como meio de realização das necessidades e desejos de consumo. Tudo isso proporcionado por uma prática religiosa mais flexível com relação aos usos e costumes, onde o consumir é ato desejável e valorizado pela fé, sua prática é feita sem culpa. E mais: consumir determinados produtos e bens é associado ao “direito do cristão”, numa perfeita sintonia com os valores da sociedade de consumo. A conformação dessa representação ocorre paralela à valorização do trabalho, sobretudo o “próprio negócio”, constituindo-se em condição relevante para a construção desses ideais. Com isso condenam o ócio e a preguiça, estabelecendo uma ética do trabalho que se reveste de características próprias de uma sociedade ainda cindida por profundas desigualdades sociais.

Considerações finais

A Igreja Universal estabelece diferentes estratégias de ajustamento às demandas de segmentos da população que, num contexto de transformações atuais de retração de assalariamento, precarizações das relações de trabalho, desemprego acentuado e rupturas dos vínculos com o mundo do trabalho, encontram, nas crenças, símbolos, valores e atitudes que os motivam na luta para melhorar sua situação material e a organizarem a vida.

Alguns dos comportamentos dos fiéis entrevistados parecem ser motivados por intenções basicamente religiosas. Muitos depoimentos indicam a confiança adquirida através da fé para enfrentar a situação de precariedade material, desemprego, os baixos salários, etc. As lideranças da Igreja Universal, ao lançarem mão da força sobrenatural como recurso máximo para a solução de

problemas, necessidades ou aspirações de diferentes ordens, enfatizam a dimensão individual como mecanismo de mudanças de aspectos negativos oriundos da condição social. O fiel “parece administrar as continuidades e descontinuidades da sua história pessoal segundo uma nova economia temporal, menos amarrada à possibilidade do momento, mais comprometida com projeções de futuro” (Mafra, 2000, p. 68). As dificuldades são vistas como coadjuvantes do sucesso, não como obstáculos intransponíveis.

O corpo eclesiástico enfatiza que é preciso saber o que se quer, aonde se quer chegar e pagar o preço de caminhar em direção ao objetivo. O fiel pode interpretar o sucesso ou insucesso profissional e financeiro como decorrentes das forças malignas em suas vidas e das quais luta para se libertar (Almeida, 2003). O trabalho, e o que ele pode proporcionar em termos de rendimentos e fruição de bens e produtos de consumo, é imbuído de sentido religioso.

Ressalto que, dessa forma, a Igreja Universal opera um reposicionamento do sagrado com o que até então, para muitos grupos pentecostais, era considerado profano. Nesse sentido, a Teologia da Prosperidade possibilita uma acomodação da mensagem pentecostal a um contexto socioeconômico em que os fiéis valorizam a poupança e os investimentos como estratégias de uma ética de consumo. Desloca-se a relação religião/produção para religião/reprodução social. Nesse sentido, não se trata de afirmar que a Igreja Universal seria a difusora de uma ética do trabalho que venha a proporcionar aos seus fiéis êxito socioeconômico mais elevado em relação à totalidade da população, mas sim que valoriza a atividade econômica e os rendimentos daí decorrentes que possam proporcionar a aquisição de determinados bens materiais, *status* e reconhecimento social por sua ocupação e posição social, estimulando o fiel que “corre atrás” confiando em Deus, em sua capacidade e “força de vontade” como dono do próprio negócio.

Pude verificar que essa nova configuração desses neopentecostais é uma forma de ajustamento ao mundo moderno e evidencia a acomodação dessa religiosidade à sociedade, à cultura de consumo. Nesse sentido, não quero dizer que os fiéis são essencialmente motivados para a maximização do lucro, e sim que a definição de um comportamento racional varia de acordo com significado subjetivo do consumo, a reprodução social. Trata-se de orientações de sentido que manifestam uma afinidade entre a conformação da fé pela Igreja Universal e a atitude frente ao consumo. Da mesma forma, considero que os bens oferecidos pela Igreja Universal não podem ser considerados meramente como mais um produto oferecido no mercado, e sim como esses discursos e práticas

acerca do sagrado são combinados com desejos e necessidades das pessoas das camadas mais desfavorecidas que brotam de uma sociedade e cultura do consumo. Isso nos chama atenção para o significado das práticas dos fiéis, isto é, para a estrutura conceitual que essas pessoas utilizam para construir suas experiências (Geertz, 1989), que indicam que, apesar de desejarem determinados objetos, produtos e bens materiais, isso apenas se realiza através dos bens sagrados oferecidos pela Igreja Universal, que “cria meios pedagógicos” que instruem os fiéis nos usos da fé, mas depende enquanto instituição, da força de fé de seus membros para propagar-se (Mafra, 2002). Nesse sentido, os entrevistados, apesar de quererem determinados bens e serviços, associados aos segmentos com melhores condições de vida, não se orientam meramente por uma perspectiva utilitarista; as suas escolhas são eticamente justificadas pela Teologia da Prosperidade e a atitude de consumo também é eticamente restringida em sua voracidade, pelas tentativas, quase sempre não eficazes, contra “o passo maior que a perna”, muito claras nas suas atitudes e comportamentos sobre os meios de acesso ao consumo e as suas conseqüências financeiras.

Referências

ALMEIDA, Ronaldo de. A guerra das possessões. In: ORO, Ari; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (Org.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 321-342.

BOURDIEU, Pierre. *Distinction, a social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

CAMPBELL, Colin. Consumption and the Rhetorics of Need and Want. *Journal of Design History*, v. 3, n. 11, p. 235-246, 1998.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *The world of goods: towards an Anthropology of Consumption*. Harmondsworth: Penguin, 1980.

FONSECA, Alexandre Brasil. *Evangélicos e mídia no Brasil*. Dissertação (Mestrado em Sociologia)–PPGSA, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.

FRESTON, Paul. The political evolution of Brazilian Pentecostalism: 1986-2000. In: CORTEN, André; MARY, Andre (Org.). *Imaginaires politiques et pentecôtisme: Afrique et Amérique*. Paris: Karthala, 2000. p. 287-306.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

GEERTZ, C. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

MACEDO, Edir. *Vida em abundância*. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 1993.

MACEDO, Edir. *Libertação da teologia*. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, [s.d.].

MACHADO, Maria das Dores Campos. *Carismáticos e pentecostais: adesão religiosa na esfera familiar*. São Paulo: Anpocs: Autores Associados, 1996.

MAFRA, Clara. Relatos compartilhados: experiências de conversão ao pentecostalismo entre brasileiros e portugueses. *Mana*, v. 6, n. 1, p. 57-86, 2000.

MAFRA, Clara. *Na posse da palavra: religião, conversão e liberdade pessoal em dois contextos nacionais*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 2002.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostalismo: os pentecostais estão mudando*. Dissertação (Mestrado em Sociologia)–Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

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

MARIANO, Ricardo. O reino de prosperidade da Igreja Universal. In: ORO, Ari; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (Org.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003. p. 237-258.

MARIZ, Cecília Loreto. *Coping with poverty: Pentecostals Churches and Christian base communities in Brazil*. Philadelphia: Temple University Press, 1994.

MARIZ, Cecília Loreto. Religion as culture strategy of the Urban Poor in Latin America. In: PANSTERS, Will et al. (Org.). *Rethinking poverty: comparative perspective from below*. Amsterdam: Van Goruim & Assen, 2000. p. 121-135.

ORO, Ari; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (Org.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.

PRANDI, José Reginaldo. Religião paga, conversão e serviço. *Novos Estudos CEBRAP*, n. 45, p. 65-77, 1996.

REVISTA PLENITUDE. n. 95, 2003.

WEBER, Max. *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica, 1964. 2 v.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1996.

Recebido em 15/03/2007
Aprovado em 09/07/2007