
III Congresso Nordestino de Ciências da Religião e Teologia
Anais
Recife, 8 a 10 de setembro 2016
"Devoções religiosas e pluralismo cultural"

MERCADO RELIGIOSO: QUANDO A INTOLERÂNCIA ÀS RELIGIÕES AFRO-BRASILEIRAS É ESTRATÉGIA DE MARKETING [*]

Maria Cristina do Nascimento[**]
Zuleica Dantas Pereira Campos[***]

Resumo

A desconstrução de verdades absolutas a partir do paradigma da modernidade trouxe uma infinidade de incertezas e a busca por respostas rápidas e momentâneas, gerando indivíduos insatisfeitos e consumidores compulsivos. As religiões se apresentam como respostas tanto para questões transcendentes, como para as crises de valores, a partir do resgate de verdades inquestionáveis, tendo como sustentáculo a conquista do mercado religioso. Para ampliar o número de fiéis vão utilizar estratégias diversas. O presente artigo pretende compreender como as religiões afro-brasileiras, cujas práticas não se caracterizam pela busca ativa de fiéis e são historicamente alvo de perseguições, se inserem nesse mercado de consumo da fé. Pretendemos também analisar como elas agem no enfrentamento aos ataques sistemáticos de neopentecostais que utilizam a intolerância religiosa ou racismo religioso como estratégia de arregimentar fieis.

Palavras-Chave: Religiões afro-brasileiras. Mercado religioso. Racismo religioso.

Introdução

A lógica da modernidade[1] (BALANDIER, 1997) apresenta-se a partir de três grandes dispositivos e dificuldades respectivas: produção-organização-poder; sua retórica é dos movimentos de ruptura e buscas, das tensões em direção à novidade e ao inédito; estas funcionam inversamente, se contradizem nesse enfrentamento e provocam uma crise de

[*] Trabalho apresentado no III Congresso Nordestino de Ciências da Religião e Teologia, realizado entre os dias 8 e 10 de setembro de 2016, na UNICAP, Recife. GT 1 – Religiões Afro-Brasileiras e Contemporaneidade.

[**] Mestranda em Ciências da Religião na Universidade Católica de Pernambuco, pesquisa sobre Políticas Públicas de Igualdade Racial e Religiões Afro-brasileiras; Professora 1, técnica pedagógica do GTERÊ – Grupo de Trabalho em Educação das Relações Étnico Raciais. – SE –Recife; Participa do Grupo de pesquisa Estudos Transdisciplinares em História Social. - Programa de Pós-graduação em Ciências da Religião - UNICAP-PE, liderado pela Doutora Zuleica Dantas Pereira Campos; E-mail: cristina.nascimento.com@gmail.com

[***] Doutora em História, profa da Universidade Católica de Pernambuco; líder do grupo de pesquisa Estudos Transdisciplinares em História Social. E-mail zuleica@unicap.br.

[1] O termo modernidade nesse trabalho abarcará a denominada pós-modernidadde, percebendo esta como parte da modernidade.

representações, sinais que se misturam e explodem no interior da sociedade.

A força motriz do individualismo, a busca pela realização pessoal e a angústia da racionalidade tão presentes em indivíduos da era moderna apresenta um indivíduo contraditório, pois, segundo Balandier:

> A busca da qualidade de existência opõe-se à "obsessão da quantidade de bens", a necessidade de desenvolvimento pessoal (inclusive do direito à diferença) à angustia gerada pela "racionalidade tirânica" e niveladora. Nisto associam-se de forma ainda mais confusa a contradição entre a aspiração ao absoluto e a recusa à transcendência, como testemunha a rejeição as igrejas estabelecidas, a expressão "necessidades não atendidas", que criam uma insatisfação endêmica e uma crítica permanente (BALANDIER, 1997, p. 156).

Para o autor a modernidade apresenta-se como passagem aos extremos que vai do desencanto e pessimismo radical ao retorno do encantamento e uma absolutização do otimismo. Dessa forma a modernidade constitui-se em tempos de incertezas, de ambiguidades, de liberações individuais que afetam a construção do Eu e das relações sociais (de classe, raciais, geracionais...). O autor nos fala que essas ambiguidades também ocupam a cidade, que,

> Depois de ter sido o lugar das liberações individuais, uma separação do meio social tradicional e suas fortes restrições, a cidade simbolizou, localizando-os, todos os males que resultam na atual mutação e suas crises. Depois de ter permitido a celebração do anonimato, refúgio do indivíduo contra a sociedade opressora, a cidade torna-se culpada do fechamento e isolamento que aliam multidão e solidão. Os signos se inverteram; para um grande número de cidadãos das megalópoles, não há mais encantamento, mas seu contrário (BALANDIER, 1997, p.161).

Essas relações entre tempo e espaço ajudam a entender os processos controversos entre os indivíduos e suas coletividades, os avanços tecnológicos que ajudam a nos conectar com o mundo e, ao mesmo tempo, nos distanciam de quem está bem próximo de nós, permite a procura por espaços alternativos e formas de convivência mais harmônicas.

A passagem de uma economia produtora de bens para uma economia de informações gera uma infinidade de controvérsias e grandes interrogações. Uma não suplanta a outra. Há uma coexistência de mundos, com rupturas e mutações:

> Em uma civilização doente de incerteza, em sociedades soterradas por suas crises, a informática é investida de função salvadora. Afirmou-se que este final de século faria do computador seu "grande feiticeiro"; mas acrescente-se que a informatização só deixa a consciência tranquila porque contribui para ocultar as razões profundas dos problemas (BALANDIER, 1997, p.165).

Entender o poder das tecnologias atuais, com suas mágicas possibilidades de conexões entre diversos mundos, avanços na biomedicina, dentre outros, e, mas, afirma Balandier (1997, p. 164) " A informática amplia o espaço do imaginário, permitindo uma produção ilimitada de imagens de sínteses e ilusões do real".

Se a realidade é efêmera e não conseguimos abordá-la de perto, Balandier propõe um contorno para que possamos visualizá-la, seja por ficção ou pela história, esclarecer o momento presente pela análise do passado.

Bauman, filósofo da contemporaneidade, evoca o caráter das escolhas individuais, que impactam na coletividade, mas cujas responsabilidades ficam no campo individual,

> Num ambiente desregulamentado e privatizado que se concentra nas preocupações e atividades de consumo, a responsabilidade pelas escolhas, as ações que se seguem a tais escolhas e as consequências dessas ações caem sobre os ombros dos autores individuais. Como assinalou Pierre Bordieu duas décadas atrás, a coerção tem sido amplamente substituída pela estimulação, os padrões de conduta, antes obrigatórios, pela sedução, o policiamento do comportamento, pela publicidade e pelas relações públicas, e a regulação normativa, pela incitação de novos desejos e necessidade (BAUMAN, 2008, p.116).

Essas fragilidades (pós) modernas são postas como uma fatia do mercado, e, nas palavras de Bauman (2008): "Existe, ao que parece, uma

profusão de agências comerciais ávidas por apanhar as tarefas abandonadas pela "grande sociedade" e vender seus serviços a consumidores acabrunhados, ignorantes e confusos" (BAUMAN, 2008, p.118-119).

Para Canclini (1995), o "consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos" (p.60-61), caracteriza-se como algo maior que realizar compras e saciar desejos produzidos pelas propagandas, o consumo, compreendido a partir da racionalidade econômica, parte do ciclo de produção e reprodução e da racionalidade sociopolítica interativa, com participação direta de consumidoras/es a partir de movimentos por demandas de produtos.

Diferenciar consumo do consumismo é importante para que possamos vislumbrar a dinâmica impositiva do mercado frente às liberdades individuais como o faz Bauman, que vê o consumo como uma ocupação humana enquanto o consumismo é um atributo da sociedade de consumidores, capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar, desligada do indivíduo, como resume Sanchez:

> O consumismo é um atributo da sociedade de consumidores que tem como sua lógica, não apenas o consumo, mas um certo tipo bem específico de convívio humano onde as vontades e desejos são manipulados para que as pessoas consumam cada vez mais. (SANCHEZ, 2012, p.113).

Numa sociedade demarcada pelo ritmo frenético, pressa constante, tempo limitado, o consumismo apresenta-se, segundo o autor, como,

> Expressão da compressão do tempo entre as pessoas e as mercadorias, pois é necessário consumir freneticamente para atender à produção de mercadorias também em ritmo acelerado. [...]. Ocorre uma verdadeira corrida inesgotável às mercadorias para atender aos desejos estimulados pela máquina da propaganda (SANCHEZ, 2012, p.112).

O Homo Consumens termo usado por Bauman, é um ser que consome, consome, consome sem parar, não para guardar nem se satisfazer mas para sustentar o PIB (produto interno bruto) como

movimento de expansão e ampliação do capital, que garante o crescimento econômico do mundo:

> A vida do consumidor, a vida de consumo, não se refere à aquisição e a posse. Tampouco tem a ver com se livrar do que foi adquirido anteontem e exibido com orgulho no dia seguinte. Refere-se, em vez disso, principalmente e acima de tudo, a estar em movimento. [...]. Para um tipo de sociedade que proclama que a satisfação do consumidor é seu único motivo e seu maior propósito, um consumidor satisfeito não é motivo nem propósito – e sim a ameaça mais apavorante (BAUMAN, 2008, p.126).

A satisfação plena dos desejos pode gerar caos econômico, seres insatisfeitos cuja satisfação pode quebrar bolsas de valores.

Em tempos de incertezas e contínua insatisfação produzidas pelo mercado, sendo o indivíduo também uma mercadoria, como ficam as religiões na busca de produção de sentido?

Mercado Religioso: Racismo Religioso e Perseguições às Religiões Afro-Brasileiras

O termo mercado religioso é apresentado como algo que nasce com o advento da modernidade, um produto da secularização**,** Pierre Sanchis aborda o tema a partir de consensos e dissensos, e destaca:

> Para uma das posições, o pluralismo religioso, constituído em "mercado", é a ponta de lance da secularização da própria consciência religiosa, porta aberta para a indiferença. Para a oura é este pluralismo que permite o advento da experiência religiosa à modernidade da autonomia decisória do sujeito, autonomia individual articulada ao mútuo enriquecimento dialogal (SANCHIS, 2001, p.30).

Essa característica moderna de encurtamento das distâncias e do tempo são apropriados pelo mercado religioso, que num espaço geográfico delimitado apresenta uma infinidade de possibilidades para o fiel, igrejas e mais igrejas com denominações as mais diversas, colocadas em fileiras,

como prateleiras de supermercado para que o/a consumidor/a possa escolher o produto que mais lhe interessa.

O campo religioso é influenciado por seus contextos e, em tempos de consumismo, essa espiritualidade vai atuar dentro da matriz religiosa cristã, como aponta Sanchez,

> Nos tempos atuais da sociedade de consumidores, o cristianismo muitas vezes é transformado numa religião que desloca a felicidade do além para o aqui e agora, do futuro para o hoje, dentro da perspectiva do consumismo de fazer da felicidade algo instantâneo, imediato. [...]. No interior do cristianismo, surgiu, inclusive, uma teologia da prosperidade elaborada em sintonia com a espiritualidade do consumismo. Essa teologia, em consonância com as demandas da sociedade capitalista, afirma que Deus responde positivamente às demandas das pessoas por sucesso material e por ascensão social. É uma teologia que está em sintonia com a conduta econômica presente no capitalismo e talvez seja a melhor resposta, do ponto de vista da sociedade de consumidores, dada à espiritualidade do consumismo pois legitima os pressupostos da sociedade de consumidores (SANCHEZ, 2012, p.131-132).

Essa capacidade da religião de apresentar soluções para diversos problemas (saúde, casamento, dívidas, drogas) e, mais caracteristicamente, na teologia da prosperidade, a possibilidade de um consumidor feliz, realizado e próspero,

> O processo de mercantilização é avassalador inclusive no caso da espiritualidade. A criação de um "mercado" de espiritualidade é uma das consequências da espiritualidade do consumismo. Na medida em que acontece a legitimação da espiritualidade do consumismo torna-se legítimo também a criação de um mercado onde os objetos das espiritualidades são oferecidos como mercadorias (SANCHEZ, 2012, p.125-126).

Tornando-se um demarcador considerável do mercado religioso e a necessidade das demais religiões de se reinventarem. Reginaldo Prandi (2004) refere-se às religiões afro-brasileiras:

> Nos tempos atuais, as mudanças pelas quais passam essas religiões são devidas, entre outros motivos, à necessidade da religião se expandir e se enfrentar de modo competitivo com

> as demais religiões. A maior parte dos atuais seguidores das religiões afro-brasileiras nasceu católica e adotou a religião que professa hoje em idade adulta. Não é diferente para evangélicos e membros de outros credos (PRANDI, 2004, p.224).

Por outro lado, Paula Montero aponta um olhar específico para esse mercado religioso,

> [...] no caso brasileiro, as alternativas religiosas mais expressivas demograficamente multiplicaram-se em vinte anos exponencialmente, passando de 9 em 1980 para 144 em 2000, segundo dados do Censo. Mas autores como Ronaldo de Almeida (2004) têm demonstrado que essa multiplicação de cultos não corresponde simplesmente a expansão do livre-arbítrio através do aumento das possibilidades de "escolhas" doutrinárias, ao contrário, tanto do ponto de vista das fronteiras religiosas quanto da "adesão", o que se percebe é a emergência de "zonas religiosas híbridas" através das quais circulam intensamente ideias religiosas, ritos e (in) fiéis (MONTERO, p.254).

Para a autora, a leitura desse fenômeno, põe em campos opostos aqueles que saúdam ser uma mostra do revigoramento espiritual da modernidade e aqueles que vêm como um aprofundamento do processo de promover o pluralismo religioso – que provoca desenraizamento e compromisso religioso reduzido a item de consumo e ofertas de serviços sociais.

Nesse universo de infinitas possibilidades de interpretação da sociedade, leituras de mundo e de fenômenos específicos como o consumo exacerbado, atentamos para o lugar do sujeito/indivíduo/consumidor-consumo nem sempre crítico - ao ser apresentado ao menu religioso tendo como resultados a resolução dos conflitos proporcionados pela modernidade.

A linguagem econômica, tanto quanto a de ódio e demonização das raízes africanas e indígenas vem atuando como demarcadora no universo religioso de algumas denominações do campo neopentecostal (que também opera no nível das trocas simbólicas – Bordieu e com base em preconceitos históricos) instiga-nos a questionar se não há necessidade de

termos um campo dentro dos direitos de consumidor/a para denúncia quanto aos abusos de poder, exploração da fé e enriquecimento ilícito de determinados propagadores religiosos e a propagação de campanhas e posicionamentos quanto os variados casos de intolerâncias religiosas marcada por um racismo religioso. Se a conquista do mercado religioso é o objetivo, que essa competição seja realizada com bases éticas.

Mas, no universo religioso, a relação de consumo opera de maneira simbólica,

> Na empresa religiosa, as relações de produção funcionam de acordo com o modelo das relações familiares: tratar os outros como irmãos é colocar entre parênteses a dimensão econômica da relação. As instituições religiosas trabalham permanentemente, tanto prática como simbolicamente, para eufemizar as relações sociais, aí incluídas as relações de exploração (como na família), transfigurando-as em relações de parentesco espiritual ou de troca religiosa, através da lógica da benemerência: da parte dos assalariados, dos agentes religiosos subalternos encarregados, por exemplo da limpeza das igrejas ou da manutenção e decoração dos altares, há uma dádiva de trabalho, "oferenda livremente dada de dinheiro e de tempo (BORDIEU, 1996, p. 180).

Essa problemática atua no estreito limite da ética[2], no sentido de como os sujeitos se comportam na sociedade, a partir de seus princípios religiosos e como podem se utilizar da religião para comprometer-se com a busca pelo lucro/enriquecimento e distinção social:

> A discussão sobre o comprometimento da ética religiosa com os sistemas econômicos é um tema clássico da tradição sociológica, campo em que a produção de Max Weber figura como paradigma. Hoje, porém, o tema não se coloca nos mesmos termos: a clássica discussão sobre a relação entre ética religiosa e economia vem cedendo espaço à investigação de práticas monetárias correntes no campo religioso e suas correntes no campo religioso e suas consequências éticas (STOLL, 2005, p.177).

[2] Ética origina-se do grego *"ethos"* que significa "modo de ser" ou "caráter", "moral" tem origem no termo latino *"morales"* que significa "relativo aos costumes" juntas são responsáveis por construir as bases que vão guiar a conduta do indivíduo, determinando o seu caráter, altruísmo e virtudes, e por ensinar a melhor forma de agir e de se comportar em sociedade.

Há uma ênfase no papel da (s) religião (ões) fundamentalistas frente às fragilidades e inseguranças, inerentes aos tempos modernos, estas constroem armadilhas religiosas, através do retorno de certezas, cujos pressupostos são a manutenção de lugares de poder do masculino, branco, capitalista e heterossexual, que dita normas e comportamentos e advoga contra à diversidade de crenças e saberes.

Considerações Finais: quando a estratégia é a denúncia

Nas disputas do poder, os direitos humanos tornam-se moedas de trocas.

Na guerra para conquistas de mais consumidores/fiéis, religiões lançam uma gama variada de estratégias, desde ocupação dos meios de comunicação de massa, do proselitismo ambulante- realizado em transportes coletivos, em ruas, praças e em instituições diversas, com entregas de santinhos, pregação do evangelho e promessas de salvação, por uma infinidade de produtos a serem consumidos com ocupação de espaços no legislativo e executivo, que visa atingir diretamente o universo dos direitos humanos, até a demonização, apedrejamento, destruição de territórios religiosos e outras formas de violência e negação da diversidade religiosa:

> Mais que isso, a derrota das religiões afro-brasileiras é item explícito do planejamento expansionista pentecostal: há igrejas evangélicas em que o ataque às religiões afro-brasileiras e a conquista de seus seguidores são práticas exercidas com regularidade e justificadas teologicamente. Por exemplo, na prática expansiva de uma das mais dinâmicas igrejas neopentecostais, fazer fechar o maior número de terreiros de umbanda e candomblé existentes na área em que se instala um novo templo é meta que o pastor tem que cumprir (PRANDI, 2004, p. 230).

Como as religiões afro-brasileiras vem enfrentando esse marketing baseado na violência e intolerância?

O Estatuto da Igualdade Lei 12.288/2010, assim como a Lei 7.716/89 prevê a criminalização da intolerância religiosa contra as religiões de matriz africana, ou afro-brasileiras.

Apesar dos terreiros nascerem uns dos outros, não há dois iguais, como assinala Prandi (2004) dessa forma cada terreiro tem construído, na história de perseguições, estratégias diferenciadas para resistir e enfrentar seus opositores.

A Rede de Mulheres de Terreiro de Pernambuco tem denunciado sistematicamente ao Ministério Público às violações de direitos da população negra e às mulheres especificamente, principalmente àquelas de religiosidade de matriz africana e indígena, exigindo o cumprimento da Constituição Brasileira no que diz respeito ao direito à liberdade de crença e credo.

Outra instituição que tem demarcado posicionamento e enfrentamento ao racismo religioso é o Quilombo Cultural Malunguinho, com campanhas contra a intolerância, divulgação de vídeo de agressão sofrida por praticante, participação em articulações ecumênicas e recentemente apoio à candidatura de uma representação de terreiro nas eleições municipais de Olinda.

As agressões estão mais visíveis devido as redes sociais e redes de praticantes das Religiões afro-brasileiras e indígenas que se articulam em nível nacional para construção de parcerias e solidariedade entre o povo de Santo.

É importante destacar o discurso ético como necessidade urgente para o respeito e o resgate das humanidades perdidas nessa fluidez moderna e, muitas vezes, atitudes éticas são vistas como algo extraordinário diante da irracionalidade e competição presentes na espetacularização do consumismo:

> O discurso ético recupera significados e parâmetros para a convivência humana, nos termos de um dever ser que, por sua fundamentação e viabilidade, se apresenta como normativo. A ética do consumo terá que desvelar aquilo que,

> escondido sob consenso e normalidade, deforma o ser humano e a vida de um modo geral (PASSOS, 2012, p.195).

Faz-se urgente (re) pensarmos a religião, o consumo religioso, de forma mais reflexiva onde haja possibilidade de garantir o direito e o respeito à existência da diferença, da pluralidade, das alteridades: conhecer princípios éticos como o UBUNTU, da filosofia africana banto, pode ser um caminho para dialogar com esse processo de desumanização das relações humanas provocados pela lógica do mercado, pensando que,

> Primeiro, todas as pessoas são valiosas em si mesmas, motivo pelo qual ninguém pode ser considerado como inútil na sociedade; segundo, se todas as pessoas são valiosas em si mesmas, segue-se que são sujeitos, isto é, agentes que podem e devem incidir na sociedade na qual vivem; terceiro, no horizonte do Ubuntu, os sujeitos são como tais pela relação intrínseca e imprescindível que têm com os outros lato sensu, daí a intersubjetividade inerente e constitutiva das pessoas (KASHINDI, 2015).

Podemos concluir que a vida para o consumo é contraditória em si mesmo, como bem se posiciona Passos (2012), ela aliena, movida pelo desejo e pela insatisfação, envolve as várias dimensões do ser humano e também as várias formas de olhar sobre essas dimensões, ultrapassa os modos de produzir, circular e distribuir os produtos, instituindo-se como um modo de ser e estar no mundo. A crítica do consumo busca o sentido do humano a partir do olhar sobre seus atos, na tentativa de conectar o princípio do prazer com a realidade, e não é algo isolado, a crítica se reveste na possibilidade de reconhecer as armadilhas impostas pelo capitalismo e se recolocar no mundo a partir da ética, da responsabilidade socioambiental e o ser humano com o olhar crítico-reflexivo a partir de relações construtivas com as/os outras/os.

Referências

BALANDIER, G. **O contorno, poder e modernidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997, p. 137-215.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 107-148.

BORDIEU, Pierre. **Razões práticas**: Sobre a teoria da ação. Campinas/SP: Papirus editora, 1996, p. 129-146.

CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos** – Conflitos culturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1995, p. 59-73.

BRASIL, Lei nº 12.288 de 20 de julho de 2010.**Estatuto da Igualdade racial.** Institui o Estatuto da Igualdade Racial, e legislação correlata. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2015. – (Série legislação; n. 171). Disponível em:< http://www.camara.leg.br/editora>. Acesso em: 30 de ago. 2016.

KASHINDI, Jean Bosco Kakozi. Ubuntu: filosofia africana confronta poder autodestrutivo do pensamento ocidental, avalia filósofo - **Geledés**, São Paulo, novembro, 2015. Disponível em: <http://www.geledes.org.br/ubuntu-filosofia-africana-confronta-poder-autodestrutivo-do-pensamento-ocidental-avalia-filosofo/#ixzz3vYCjN9eJ>. Acesso em: 27 dez. 2015.

MONTERO, Paula. **Religião, modernidade e cultura**: novas questões. In: As religiões no Brasil: continuidades e rupturas. TEIXEIRA, F; MENESES, R. (Org.). Petrópolis: Vozes, 2006, p. 249-263.

OLIVEIRA, Arilson. Secularização e mercado religioso em Peter Berger. In: **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, v. 4, n. 7, p. 7-26, jul. 2012.

PASSOS, J. Décio. **Crítica ético-teológica da cultura de consumo**. In: Religião e Consumo: relações e discernimentos. São Paulo: Paulinas, 2012.

PRANDI, Reginaldo. O Brasil com Axé: Candomblé e Umbanda no Mercado Religioso. **Estudos Avançados**, ano 18, nº 52, 2004, p 223-238.

SANCHEZ, W. Lopes; GUERREIRO, S. **Espiritualidade do consumismo**. In: VILHENA, Maria Ângela; PASSOS, João Décio (Org.). Religião e Consumo: relações e discernimentos. São Paulo: Paulinas, 2012, p. 108-127.

SANCHIS, Pierre. Desencanto e formas contemporâneas do religioso. In: **Ciências Sociais e Religião**. Ano 3, n°. 3, out. de 2001.

STOLL, Sandra Jaqueline. O espiritismo na encruzilhada. Mediunidade com fins lucrativos? In: **Revista USP**, n. 67, p. 176-185, set/nov. 2005.