



AS MÚLTIPLAS FACES DA RELIGIOSIDADE CONTEMPORÂNEA: hiperindividualização e euforia perpétua

THE MULTIPLE FACES OF CONTEMPORARY RELIGIOSITY: hyper-individualization and perpetual euphoria

Claudinei Reis Pereira¹

RESUMO: Este artigo versa sobre a análise das múltiplas faces da religiosidade no contexto contemporâneo. Tem como objetivo averiguar as mudanças estruturais, sociais e econômicas no espaço do sagrado em um contexto em que o tradicionalismo institucional e sua relação com o sagrado e o coletivo, encontram-se na dimensão imersa na teologização do consumo. Assim, parece que o fenômeno e as derivações religiosas (neopentecostais, pluralismo religioso) estão inseridos cada vez mais na lei do mercado. Como caminho metodológico se trata de uma pesquisa bibliográfica, onde a problemática em questão parte da fundamentação de autores como: Batista Libânio, Gilles Lipovetsky, Zygmunt Bauman, Wilmar Luis Barth, Marcelo Ayres Camuça, entre outros. Para tanto, o texto se divide em três etapas, a saber: “**AS MÚLTIPLAS FACES DA RELIGIOSIDADE MODERNA/CONTEMPORÂNEA:** a euforia do consumo”; Em uma segunda parte “**A TELEOLOGIA FANTASMAGÓRICA DO HIPERCONSUMO:** do mercado ao fenômeno religioso como produto moderno-contemporâneo”; Por fim, analisa “**O ROMPIMENTO ESTILÍSTICO DA AUTORIDADE TRADICIONAL:** hiperindividualismo secularizado”. Pode-se afirmar que diante de um cenário religioso intercultural a religião vive uma crise institucional, mas não é uma crise advinda do sagrado, mas do capital, promovendo subjetivismo, hiperindividualismo e hiperconsumo.

Palavras-chave: Religiosidade; Fé; Consumo; Hiperindividualismo.

ABSTRACT: This article deals with the analysis of the multiple faces of religiosity in the contemporary context. It aims to investigate the structural, social and economic changes in the space of the sacred in a context in which institutional traditionalism and its relationship with the sacred and the collective are found in the dimension immersed in the theologization of consumption. Thus, it seems that the phenomenon and religious derivations (neo-Pentecostals, religious pluralism) are increasingly inserted in the law of the market. As a methodological path, it is a bibliographical research, where the issue in question is based on the foundation of authors such as: Batista Libânio,

¹ Mestre em Filosofia pela Universidade Federal do Piauí – UFPI; Doutorando em Filosofia pela Universidade Federal do Espírito Santo e Professor Substituto pela Universidade Federal do Piauí – UFPI. E-mail: claudnei_2012@hotmail.com



Gilles Lipovetsky, Zygmunt Bauman, Wilmar Luis Barth, Macelo Ayres Camuça, among others. To this end, the text is divided into three stages, namely: **“THE MULTIPLE FACES OF MODERN/CONTEMPORARY RELIGIOSITY: the euphoria of consumption”**; In a second part **“THE FANTASMAGIC TELEOLOGY OF HYPERCONSUMPTION: from the market to the religious phenomenon as a modern-contemporary product”**; Finally, it analyzes **“THE STYLISTIC BREAKDOWN OF TRADITIONAL AUTHORITY: secularized hyper-individualism”**. It can be said that in the face of an intercultural religious scenario, religion is experiencing an institutional crisis, but it is not a crisis arising from the sacred, but from capital, promoting subjectivism, hyper-individualism and hyper-consumption.

Keywords: Religiosity; Faith; Consumption; hyperindividualism

INTRODUÇÃO

Ao falar do espírito religioso na contemporaneidade é um caminho desafiador se levarmos em conta as características de transformação no campo social, político, moral, cultural e religioso. Tais transformações são corroboradas e problematizadas por autores como: Peter Ludwig Berger, Stwefano Martelli, Friedrich Nietzsche, Gilles Lipovetsky, Zygmunt Bauman, entre outros autores, e que nos servirá de base para esta problematização. Por sua vez, tais autores observaram que na modernidade existe um interregno, período de ambiguidades, mudanças e reformas, refletindo o modo de ser religioso no tempo presente. Salienta-se que a modernidade se desenvolveu junto com as mudanças sociais ocorridas em vários âmbitos, a saber: industrialização, mídia-eletrônica, a crise das instituições sociais, racionalismo, econômico, individualismo, que provocou transformações dos papéis sociais, no introduzindo em um processo contínuo de secularização, lutas sociais, avanço da tecnociência, exacerbação do sentimentalismo e o *reavivamento ou reencantamento* do sagrado na expressão de novos movimentos religiosos. Com isso, ocasionou a formação de uma nova mentalidade, onde se minimiza as tradições como expressões pejorativas, como arcaísmo, ou melhor, valores outrora considerados sólidos para as antigas religiosidades e



verdades indubitáveis como promotoras de normas e veracidades, foram substituídos pela verdade individual do sujeito que cria sua própria ética, livre da tirania de saberes dogmáticos e transcendentais.

Nesse sentido, é uma nova forma de constituição existencial, ou seja, uma vida ética sem interferência metafísica por via de uma instituição, que possibilite o desenvolvimento econômico e tecnocientífico sem uma moral legitimada socialmente, para que o indivíduo possa constituir uma consciência livre de todo dogmatismo e pensamento metafísico, tornando-se a pedra angular de todo o processo moderno. A idealização de um novo Ser para uma época moderna/contemporânea exigiu a mudança de alguns princípios éticos e religiosos que agora devem se adequar ao gênero humano e na sua individualidade em conformidade aos novos paradigmas estabelecidos, entre eles: o individualismo, a produção do conhecimento como forma de poder; a produção técnico-científica que buscará um maior rompimento entre a ciência e o sagrado, entre outros. Diante desse pressuposto, nascem as seguintes questões como problema dessa pesquisa: que relação se pode estabelecer entre a religiosidade, consumo e felicidade na sociedade contemporânea, que tem como característica não só a ideia de desenvolvimento, mas se apresenta a partir do indivíduo como confusa, insegura, individualista e vulnerável? Que mal há em ser religioso na contemporaneidade? Ademais, qual o papel da religiosidade na era tecnológica e científica da consideração da modernidade? Na busca de compreender estas questões e suas múltiplas faces com os problemas da era moderna/contemporânea é que este trabalho buscará desenvolver uma análise em questão, sem a pretensão de esgotar este debate.



AS MÚLTIPLAS FACES DA RELIGIOSIDADE MODERNA/CONTEMPORÂNEA: a euforia do consumo

Os valores ético-morais tiveram uma significativa transformação a partir da modernidade. O homem moderno se libertou da ordem dogmático-metafísica, não se submete mais a leis, a instituições ou estruturas sociais. De maneira particular, suas restrições e prescrições passaram para uma nova era, adverte Barth:

É um tempo de mudança, de crise, de morrer o tradicional, de abandonar o velho e abraçar o novo, de quebrar paradigmas e estabelecer novas formas de vida e valores. É tempo de ser diferente, de inventar diferente, de inventar e conviver pacificamente com o diferente. Do 'ser do contra' passamos a 'amar o contrário' e, hoje, somos 'neutros diante das diferenças. (BARTH, 2007, p. 09).

Como se percebe diante do supracitado, com o advento da modernidade entrou-se em um momento existencial subjetivo em que o indivíduo determina o que é certo ou errado, isto é, não existe mais um modelo universal paradigmático (metafísico) moral que norteia o agir de uma determinada comunidade ou subjetividade. Nesta nova época as tradições religiosas com todos os seus imperativos e dogmas se torna obsoleta, a lei que se impõe na sociedade se configura em uma nova perspectiva: a vida para o consumo. Princípios fundamentais, por exemplo, a solidariedade social e universal, onde a relação comunidade/indivíduo estavam entrelaçadas, gerando o pertencimento a uma determinada comunidade, evocando o louvor a terra como sinal de segurança, conforto e realidade ético-moral e que deveria estar no âmago da existência humana, se tornam insignificantes. Em contraposição a validade do indivíduo não se dá mais pelo seu valor subjetivo ou moral, mas pela experiência imediata do consumo. Neste sentido, entramos em um período muito particular da experiência. Não obstante, tal realidade nos colocará diante um mundo vulnerável, frágil e anômico, onde a durabilidade é considerada anormal. A normalidade é



consumir como sinônimo de existência, projeto do *“bem viver”*, não concebendo uma ótica religiosa que enseja contemplar a face do transcendente, mas as múltiplas faces impositivas do mercado. Isto porque com o advento da modernidade o ser humano descartou até certo ponto a visão da moral metafísica, dessacralizando tudo que antes era sagrado.

Vale lembrar que o ator econômico moderno é essencialmente um ator racional em finalidade: “interesses racionais ligados a um fim determinam em grau muito alto os processos de mercado” (WEBER, 1991, p. 420). Logo, a economia moderna necessita de um ambiente previsível, garantido pelo direito racional, ou seja, “calculável”, previsível e não arbitrário. Possibilita que os atores tomem suas decisões da maneira mais racional possível. Não há mais espaço para a contemplação do sagrado com os olhos voltados para o céu, mas o olhar se volta para o húmus da terra, isto é, somos subordinados aos imperativos da lei, onde o individual está mergulhado nos aparatos sedutores do mercado. Por exemplo, “*se Deus havia sido criador do Universo, agora é o homem que deverá criar universos. O centro de tudo, agora, não é mais Deus, mas o homem*”(FILHO, 1994, p. 24). Ou seja, o homem tornou-se a medida de todas as coisas e o mercado, seu guia. Pode-se afirmar que a partir desse pressuposto o ser humano saiu da *“menoridade”* como postula Kant, fazendo uso da sua liberdade sem recorrer necessariamente a um ser transcendente. No entanto, devem-se observar os aspectos peculiares advindas deste processo histórico. Se por um lado se rejeita Deus, por outro lado, as implicações retóricas e convincentes do consumo se consomem e vendem Deus 24 horas como forma de solucionar problemas, seja de ordens emocionais, existenciais ou materiais.

Por essa razão, vários são os meios utilizados para alcançar este objetivo, por exemplo: televisão, rádio, praça pública, meios de transportes diversos, que a princípio deveria ser um meio de locomoção e sociabilidade, passam ter múltiplas funcionalidades, como por exemplo, o templo sagrado como consultório médico. Isto é, *“tudo pode em uma*



sociedade eclética”. Não obstante, ao se afirmar que “*Deus está morto*” como afirma Nietzsche, observamos outro movimento do sagrado na contemporaneidade. Ele, por sua vez, permanece vivo, mas uma de suas múltiplas faces manifestadas como produto, é o “*curandeirismo*”, entrelaçando fé e emotivismo subjetivo; como *Ecclesia product* (Igreja como produtor), aliás, parece que boa parte das Igrejas modernas esqueceram o princípio do discurso do sermão da montanha, do *Egangelium Secundum Mattheaeum* ao afirmar: “*Beati pauperes spiritu, quoniam ipsorum est regnum caelorum.*”² (MATEUS, 5, 3).

Isto não significa que a riqueza ou dinheiro seja um mal em si, mas a própria escritura alerta para o perigo quando ao nos relacionamos de maneira abusiva ou interesseira na relação entre fé e dinheiro. “*Et aerumnae saeculi et deceptio divitiarum et circa reliqua concupiscentiae introeunt suffocant verbum, et sine fructu efficitur*”³(MARCOS, 4,19); “*Radix enim omnium malorum est cupiditas, quam quidam appetentes erraverunt a fide et inseruerunt se doloribus multis*”⁴(1 TIMÓTEO, 6, 10). “*Nemo potest duobus dominis servire: aut enim unum odio habebit et alterum diligit, aut unum sustinebit et alterum contemnet; non potestis Deo servire et mammonae*” (MATEUS, 6, 24). Tais passagens, advertem para o problema ao servir à dois senhores, ou seja, Deus e dinheiro. Princípios estes que parecem terem sido esquecidos pelas Igrejas modernas e contemporâneas. Observamos que houve uma inversão do fenômeno quando olhamos para o medievo. Se antes tudo estava voltando para o transcendente, na contemporaneidade tudo está voltado para a imanência e a centralidade do indivíduo, isto é, não é mais o indivíduo a serviço do sagrado, mas o sagrado a serviço do indivíduo.

² “Bem-aventurados os pobres no espírito, porque deles é Reino dos Céus”.

³ “[...] Mas os cuidados do mundo, a sedução da riqueza e as ambições de outras coisas penetram, sufocam a Palavra e a tornam infrutífera.”

⁴ “Porque a raiz de todos os males é o amor ao dinheiro, por cujo desenfreado desejo alguns se afastam da fé, e a si mesmos se afligem com múltiplos tormentos.”



O homem moderno não serve Deus, mas se faz servir dele. Culto e Igreja, na medida do necessário é ‘quando sobra um tempinho’, afinal, tudo demais faz mal. A fidelidade a uma única Igreja e a uma única visão de Deus são prejudiciais, pois, segundo o homem moderno, há outras facetas e aspectos que devem ser privilegiados e que uma única religião não completa. Assim, da missa de domingo se passa para o centro espírito de terça-feira, para a leitura e meditação da palavra de Deus no culto evangélico, de quarta-feira à noite, para o terreiro de umbanda de sexta-feira e para a fazenda budista de sábado. (BARTH, 2007, p. 103).

Observa-se que o compromisso com o sagrado e a instituição se tornou circunstancial, relativo e vulnerável. O mercado do consumismo religioso é flexível, um produto *light* de não consistência, faltando o sentimento comunitário, pertencimento, por isso a alternância de culto. Todavia, não como um bem coletivo, mas visando-se o bem-estar pessoal e individualizado. O reino de Deus não é mais objetivo de uma nação, mas um galardão do esforço próprio e das bênçãos individuais pelo próprio esforço. “*Deus autem rex noster ante saecula, operatus est salutes in medio terrae*”⁵ (SALMO, 74,12). Se o Deus dos judeus teve como objetivo operação a salvação coletiva em toda a terra, esta, por sua vez, fora minimizada aos efeitos operacionais do indivíduo e do seu esforço. Não obstante, esse é um dos motivos, segundo Barth, que a proliferação da religiosidade contemporânea se dá em múltiplas faces:

O resultado disso é que se vê: ofertas religiosas as mais variadas possíveis. Igrejas, academias, farmácias e motéis são o que mais se vê nas ruas. São as instituições que mais se proliferam e, no fundo cada uma responde na medida exata ao que o homem moderno busca. O comércio religioso, em muitos casos, assume as mesmas características de qualquer oferta de produto, em nada diferente da venda de celulares, eletrodomésticos, carros, programas eróticos, etc. são ofertas religiosas em ofertas de jornais, rádios, outdoors, panfletos em esquinas movimentadas, liquidação de bênção e orações de cura pela metade do preço. O missionário que faz milagres, o ‘professor’ que lê o futuro, a ‘irmã’ que dá conselho o padre que faz show missa, o mestre que faz o curso de meditação. (BARTH, 2007, p. 103).

⁵ “Tu, porém, ó Deus, és meu rei desde a origem, quem opera libertações pela terra.”



Nota-se que vários elementos estão amalgamados com uma única finalidade: satisfazer o desejo e a busca individualizada da felicidade. Por essa razão, temos o Deus que não foge desse paradigma, por isso, os inúmeros templos atendem a necessidade de cada pessoa proporcionando certo deleite e apaziguamento emocional, embora as vezes fantasmagórico, vivenciando intensamente tal realidade ao ponto de entregar seus próprios bens a Igreja em “*detrimento*” da cura e felicidade. Porém, está felicidade mediatizada oferecida ao um alto custo financeiro, parte de uma felicidade fragmentada. Antes a felicidade é vista antes com fruto da paz do espírito, agora, tornar-se fruto do custeamento advindo da produtibilidade capitalista.

A TELEOLOGIA FANTASMAGORICA DO HIPERCONSUMO: do mercado ao fenômeno religioso como produto moderno-contemporâneo.

Segundo o filósofo francês Gilles Lipovetsky “*a imensa maioria se diz feliz, contudo a tristeza e o estresse, as depressões e as ansiedades formam um rio que engrossa de maneira inquietante*” (LIPOVETSKY, 2006, p. 6), ou seja, o que boa parte das Igrejas modernas e contemporâneas favorecem é a instrumentalização da fé individualizada. Com isso, tudo é possível nesta sociedade de consumo promovido pelo capital. Esta, por sua vez, é caracterizada de “*hipermodernidade*” pelo filósofo Gilles Lipovetsky, se caracterizando pela extravagância/espetacularização onde a Arte e a promoção do consumo é a alma do negócio. Todavia, uma vez que o consumo em si não traz a felicidade plena, mesmo promovendo um grau de possibilidades e condições necessárias para vida, à felicidade contemporânea tem fragilidades. Segundo Bauman: “[...] *o consumo não é um sinônimo de felicidade nem uma atividade que sempre provoque a sua chegada*” (BAUMAN, 2008, p. 61-62). Assim, de acordo com o autor é ilusória a felicidade baseada no consumo, não passa de uma visão hedonista e instantânea, pois, o indivíduo sempre terá que se adequar as regras



do capital e publicidade. Aliás, tais práticas mostra-se uma contribuição para insatisfação do indivíduo. Como alerta Bauman: *“a sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não-satisfação de seus membros”* (BAUMAN, 2008, p. 64). Logo, a insaciabilidade das necessidades, torna o ser humano um ser compulsivo e dependente dos seus desejos e necessidades no curto prazo. Além disso, na sociedade de consumo nada é duradouro tudo, mas efêmero, ressalta Lipovetsky:

A felicidade não é mais pensada como futuro maravilhoso, mas como presente radiante, gozo imediato sempre renovador, ‘utopia materializada’ da abundância. Não mais a promessa de uma salvação terrestre por vir, mas a felicidade para já, esvaziada da ideia da astúcia da razão e da positividade do negativo. A plenitude exaltada pelos tempos consumistas não depende mais de um pensamento dialético: é eufórica e instantânea, exclusivamente positiva e lúdica. O discurso profético foi substituído pela sagração do presente hedonista veiculado pelas mitologias festivas dos objetos e dos prazeres. (LIPOVETSKY, 2006, p. 335).

De acordo com o autor supracitado, a felicidade é paradoxal porque o consumo não determina se uma pessoa é ou não feliz simplesmente, mas o modo como ela se relaciona com as leis do mercado, propaganda e discurso emotivista subjetivo do desejo. Além disso, o modo como nos relacionamos com os produtos é uma relação erótica de prazer, processo de realização subjetiva. Em conformidade com o autor francês, Bauman alerta que *“pode-se dizer que o ‘consumismo’ é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vantagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros”* (BAUMAN, 2008, p. 41). Como se observa, a compulsão pelo consumo transcende o simples objeto. Além do mais, o consumo como amuleto social revela que a pessoa pertence à outra classe social, gozando de uma quase felicidade adâmica do paraíso, dando-lhe uma sensação de felicidade perpétua. Mas, podemos considerar que o pecado derrocou a perda do paraíso do Éden de forma similar a *“secularização do mundo que caminhou junto com a sacralização da felicidade terrena”* (LIPOVETSKY, 2006, p. 334), ou seja, a felicidade advinda do mercado até pode nos trazer



certa confortabilidade. Todavia, ao ultrapassamos as condições de necessidades para vivenciar as condições subjetivas do prazer, nos colocamos fora do paraíso e da felicidade plena, isto se dá, ao vivenciar a instantaneidade oferecida pelo mundo do capital. Essas são características que proporcionam o indivíduo desligado do coletivo. A felicidade terrena enaltecida pelos iluministas como condição imanente à condição humana ainda está ligada ao uma teleologia platonista. No entanto, a sociedade vive numa euforia perpétua e insaciável na busca de um ideal de vida boa e feliz. Entretanto,

Por um instante, imaginemos nosso mundo livre da ‘tirania’ da felicidade. Os homens seriam por isso realmente mais felizes? Podemos duvidar disso não sofremos porque um mecanismo perverso nos convenceu de que era preciso ser feliz: o fracasso, a solidão, as mágoas sentimentais, o tédio, a pobreza, a doença, a morte de nossos próximos, todas essas experiências trazem consigo a infelicidade, a despeito de toda imposição ideológica e do ‘dever de felicidade’ em particular. A partir do momento em que o indivíduo se desprende das coerções comunitárias, sua busca irresistível da felicidade não pode senão tornar problemática e insatisfatória sua existência: esse destino do indivíduo socialmente que, sem apoio coletivo e religioso, enfrenta só e desamparado as provações da vida. (LIPOVETSKY, 2006, p. 338).

Esta independência em relação ao corpo social desencadeou um “*hiperindividualismo*”, isto é, a rejeição ao coletivo. O homem moderno é um ser misantrópico que vive no seu mundo circunscrito pelo pragmático, vivendo debruçado e preocupado com o presente e o futuro. Como se não bastasse, experimenta de tudo na tentativa de pôr em prática o novo “*imperativo categórico*” da modernidade:

A ditadura da vida feliz”, assim como de satisfazer seus prazeres. Porém, tal busca e realização “[...] tem uma certa dose de bem-estar, tem prazeres, mas vive esvaziado da autêntica alegria. A forma suprema de prazer é a sexual, o orgasmo [...] (BARTH, 2007, p. 92, grifo do original).



Por outro lado, trata-se do jogo da sedução, desejo e poder, ou seja, um produto a ser consumido e depois rejeitado. De certo modo, o sexo pode ser equiparado ao consumo. Se o sexo é a forma suprema do prazer, como afirmara Barth (2007), para o mercado do capital, a forma suprema e excitante de realização é consumo. A contemplação do produto vitranizado parece tão sedutor quando Don Juan ou o sadismo do divino Marquês. Além disso, o que se observa é um processo de coisificação da categoria indivíduo, que faz do mesmo um produto subordinando ao mercado como qualquer outro ente a ser consumido. Bauman (2008), no livro *Vida para Consumo*, faz um mapeamento de como houve uma mudança de produtores para consumidores, e por fim de consumidores para mercadorias. Somos efêmeros, o valor está no Ter e não no Ser. Por causa dessa fugacidade é que podemos salientar que a vida é “líquida” segundo a visão de Bauman (2008), uma vez que nossa existência é sujeita a vulnerabilidade havendo uma perda da identidade individual, não é mais vista na sua essência com ser humano dotado de autonomia e singularidade, pelo contrário, torna-se como objeto que a qualquer momento pode ser descartado pelo mercado. A vivência e busca pela imposição do mercado, isto é, vida feliz reduzida ao consumo, nos tende a desligar-se da coletividade. Por uma vez, tal relação afeta nossa relação com transcendente, nossas relações afetivas e sociais, pois, não há mais uma projeção que visa compreender a necessidade do outro, mas uma valorização, sobretudo ao individual. Tal realidade aos poucos vai ganhando espaço nas pequenas cidades, onde a temporalidade era expressa no banco da praça, onde podia-se participar da tradicional cerimônia religiosa. A sociedade contemporânea tem outros *hobbys* que não são mais ligadas a religiosidade. Outros modelos de lazer entraram na disputa “os santos cederam o lugar aos novos heróis do esporte, da TV, da mídia, das revistas, dos programas de auditórios, das novelas, dos grupos musicais” (LIBANIO, 2011, p. 39).



Observa-se que houve uma transmutação de valores que a religião não mais determina o padrão de sociedade, mas ela é mais um elemento entre tantos a escolher. Isto contribui definitivamente para as relações fragmentadas, uma vez que nossos relacionamentos na maioria das vezes são por meio de redes sociais para o contato efêmero e emergencial. As redes sociais nos aproximam dos amigos e da família distante. Todavia quando utilizada como fim em si mesma se tornando a única forma de relacionamento interpessoal, acaba por rejeitar a possibilidade de contemplar o olhar do Outro, calor ou afeto. Observa-se que o cerne da problemática é a fluidez. Ou melhor, a flexibilidade nas relações interpessoais provocadas pelas redes virtuais acabam por desencadear isolamento, hiperindividualismo, comportamentos narcisistas e egocentrismo.

Como isso, o amor, sentimento essencial para a solidificação nas nossas relações, tornou-se um objeto a mais a ser ofertado no mercado global. Todavia, quem ama se doa sem exigir nada em troca não reduz o outro a objetificações do mercado. É nessa ótica que o autor do *amor líquido* conceitua o amor como: “*a vontade de cuidar, e de preservar o objeto cuidado (...) amar diz respeito a autossobrevivência através da alteridade*” (BAUMAN, 2004, p. 24). Mas partindo da ótica da moderna e tendo em vista uma civilização consumista e individualista a qual se distingue pelo lugar central ocupada pelas aspirações do *bem-estar* e busca por uma vida feliz individualizada, amar o Outro não passa de um estereótipo mercadológico inclusive para as diversas religiosidades do tempo presente, entre elas, as neopentecostais. Um exemplo ao qual poderíamos destacar fora publicada pela *Folha de São Paulo* (2021), em que traz a matéria informações sobre a possível lavagem de dinheiro na Angola, por integrantes da Igreja Universal. A matéria destaca que:

As provas reunidas contra quatro integrantes da Igreja Universal do Reino de Deus (Iurd) em Angola, denunciados sob acusação de crimes como lavagem de dinheiro, evasão de divisas e associação criminosa no país, são fartas e contundentes, afirmam a Procuradoria-Geral da República (PGR) de Angola e o Serviço de Investigação



Criminal (SIC, a polícia federal angolana) em entrevista à BBC News Brasil. [...] Atualmente, a Record está fora do ar em Angola, mas isso não tem relação direta com a investigação. Estima-se que a Iurd em Angola arrecadava anualmente por meio de seus 354 templos cerca de US\$ 80 milhões (quase R\$ 400 milhões), e mais da metade seja enviada para o exterior de forma ilícita, segundo a denúncia. Atualmente, em razão da investigação, grande parte dos templos foi alvo de busca e apreensão e está de portas fechadas (MAGENTA, 2022, p. 1-3).

Esta é a possível instrumentalização emocional da religião, subjetiva e mercadológica dos indivíduos. Tais religiosidades transformaram a matéria do amor e salvação, em matéria de consumo e lavagem de dinheiro e satisfação vulgar e fluida. Por isso, no contexto e domínio da sociedade de consumo, estamos sob a tirania de *“um horizonte desumano padronizado e niilista, povoado de rebanhos humanos padronizados, tão inconsistentes quanto sedentos de satisfações vulgares”* (LIPOVETSKY, 2006, p. 356). Ao passo que se promove a vida feliz, ao mesmo tempo, as explorações e subordinação da fé ao mercado global nos colocou diante de uma per-versão: instrumentalização da fé. De acordo com Camila Rocha (2020) o neopentecostalismo, assim como anteriormente o pentecostalismo, é um movimento dissidente do protestantismo. Foi iniciado por líderes religiosos dos Estados Unidos na década de 1960, quando passaram a ser chamados de neocarismáticos ou evangélicos carismáticos. No Brasil, o movimento neopentecostal teve início com Edir Macedo e sua Igreja Universal do Reino de Deus no fim dos anos 1970. Além disso, pode-se ter como característica de tal fenômeno a teologia da prosperidade como núcleo conceitual que expõe:

As origens da mensagem da Teoria da Prosperidade se localizam nas ideias de pastores americanos ligados a igrejas ou práticas pentecostais, entre os quais os religiosos E.W. Kenyon (1867-1948) e Kenneth Hagin (1917-2003). Um dos versículos bíblicos mais citados por Hagin foi “por isso vos digo que todas as coisas que pedirdes, orando, crede receber, e tê-las-eis” (Marcos 11:24). O fracasso e a pobreza financeira são atribuídos à falta de fé do indivíduo, muito mais do que a qualquer contexto social ou econômico. É uma ideia de caráter meritocrático. O dízimo, entendido como expressão da fé de quem doa, ganha uma centralidade maior



do que em outras denominações e é apresentado por líderes neopentecostais como caminho principal para esse sucesso. (ROCHA, 2022., p. 2-3).

Com a financeirização da fé, foi alicerçado novos movimentos religiosos no Brasil, com ainda mais força a partir da década de 80, quando começaram a ser construídos grandes templos. De acordo com Roberto Bazanini (2018, p. 263), particularmente, no Brasil, o aumento dos megatemplos ocorreu acentuadamente nos anos 80, quando igrejas evangélicas começaram a comprar grandes salas de cinema abandonadas, com capacidade para até 2000 pessoas. Porém, apenas nos anos 90, emergem edifícios religiosos como a Catedral de Fé mundial, sede da Igreja Universal do Reino de Deus, no Rio de Janeiro e, mais recentemente, o Templo de Salomão, que revela a grandeza e a pompa por excelência desse empreendimento. Corroborando com esta análise e trazendo uma visão ainda mais pontual, Giorgio Agamben, em entrevista pelo Vita Internacional (2013) ao analisar o pensamento de *Benjamin e o capitalismo* adverte na realidade, “*Il capitalismo come religione non mira alla trasformazione del mondo, ma alla sua distruzione.*”

Capitalismo como religião é o título de um dos fragmentos póstumos mais penetrantes de Benjamin. Que o socialismo era algo como uma religião foi observado várias vezes (entre outras coisas, por Schmitt: ‘O socialismo pretende dar vida a uma nova religião que para os homens dos séculos XIX e XX teve o mesmo significado que o cristianismo para os homens de dois milênios atrás’). Segundo Benjamin, o capitalismo não representa apenas, como em Weber, uma secularização da fé protestante, mas é ele próprio um fenômeno essencialmente religioso, que se desenvolve de forma parasitária a partir do cristianismo. AGAMBEN, 2022, p. 2, Tradução livre).

Além disso, Giorgio Agamben apresenta em sua análise três dimensões da religião na modernidade, a saber:

Como tal, como religião da modernidade, é definida por três caracteres: 1. É uma religião cultural, talvez a mais extrema e absoluta que já existiu. Tudo nele tem significado apenas em referência ao cumprimento de um culto, não em relação a



um dogma ou uma ideia. 2. Este culto é permanente, é "a celebração de um culto sans trêve et sans merci". Aqui não é possível distinguir entre feriados e dias úteis, mas há um único dia ininterrupto de celebração-trabalho, em que o trabalho coincide com a celebração do culto. 3. O culto capitalista não visa a redenção ou expiação de um pecado, mas a própria culpa. "O capitalismo é talvez o único caso de um culto não expiatório, mas culpado... o fim, o próprio Deus em culpa... Deus não morreu, mas foi incorporado ao destino do homem". em que a obra coincide com a celebração do culto. 3. O culto capitalista não visa a redenção ou expiação de um pecado, mas a própria culpa. "O capitalismo é talvez o único caso de um culto não expiatório, mas culpado... o fim, o próprio Deus em culpa... Deus não morreu, mas foi incorporado ao destino do homem". em que a obra coincide com a celebração do culto. 3. O culto capitalista não visa a redenção ou expiação de um pecado, mas a própria culpa. "O capitalismo é talvez o único caso de um culto não expiatório, mas culpado... o fim, o próprio Deus em culpa... Deus não morreu, mas foi incorporado ao destino do homem" (AGAMBEN, 2022, p. 3, Tradução livre).

É possível observar, o culto ao ordenamento capitalista que não tem como teleologia a ideia de redenção ou mesmo de expiação dos pecados, mas a própria culpa, ou seja, o fracasso (culpa) é medido pelo grau do seu esforço (fé). O grau da “benção” é a resultado desse esforço. Dito isto, na sociedade hipermoderna, por exemplo, a autoridade simbólica intelectual é decadente e as grandes indústrias do entretenimento vivem de propostas que seduzem e entretêm. As diversas religiosidades que também são fruto do seu tempo se servem desta indústria cultural seja para vender seus produtos ou para atrair fieis. A fé virou instrumento de vantagens individuais; expressão sensacionalista que iludem a pessoa a viver em utopias anunciadas e profetizadas, ou melhor, o valor do espírito foi substituído pelo valor de mercado. Todas as dimensões do ser humano foram reconfiguradas e as diversas religiosidades ressurgem como uma explosão que se mostra diante do mundo de forma nunca vista, marcada agora por uma diversidade de crenças e uma nova maneira de vivenciar o sagrado. Neste cenário percebe-se um crescimento significativo exprimindo múltiplas faces nas diversas religiosidades existentes cada uma com suas particularidades e distinções dentro do campo religioso no Brasil. De acordo com *EcoDebate*, material publicada pelo site IHU, a crescente evangélica é significativa no Brasil.



Nas novas projeções, a presença católica na população chegaria a 49,9% em 2022 e a 38,6% em 2032, enquanto a presença evangélica seria de 31,8% e 39,8% nas mesmas datas. Ou seja, no ritmo atual da transição religiosa, não é improvável que os católicos fiquem com menos de 50% das filiações nacionais em 2022 (nos 200 anos da Independência do Brasil) e que sejam ultrapassados pelos evangélicos até 2032", escreve José Eustáquio Diniz Alves, doutor em demografia e professor titular do mestrado e doutorado em População, Território e Estatísticas Públicas da Escola Nacional de Ciências Estatísticas – ENCE/IBGE, em artigo publicado por EcoDebate, 05-12-2018. (REVISTA IHU ON-LINE, 2022, 1-2).

Como se observa, existe um crescimento considerável das igrejas neopentecostais na sociedade brasileira, de um lado o declínio tradicional do catolicismo, do outro a ascensão evangélica vem dominando aos longos dos anos não só o mercado, mas grupos estatais, o congresso e cargos de poder, periferias e grandes centros. Mas o que significa tal proliferação dos novos grupos religiosos, em especial, no Brasil? Na perspectiva de Zepeda: “[...] *A proliferação de grupos religiosos, a competição entre eles e a precariedade de suas adesões e crenças debilitam qualquer pretensão de tornar a instituição religiosa um fator de coesão social*” (ZEPEDA, 2010, p.136, grifo do original). Além disso, se percebe uma articulação entre todas essas facetas, algo em comum nas suas adaptações as condições desse novo contexto inaugurado pelo “*espírito da modernidade*”:

Todas essas expressões religiosas compartilham de uma ou outra forma o “espírito” da “modernidade radicalizada”: desconfiança ante a racionalidade contemporânea, pretensão de ruptura ante as práticas e as formas religiosas institucionais herdadas e de forte carga “emocional” e individual, exceto alguns fundamentalismos (ZEPEDA, 2010. p. 135).

O espírito religioso no contexto moderno e contemporâneo é um instrumento na busca constante por um sentido da vida, uma identidade.



O ROMPIMENTO ESTILÍSTICO DA AUTORIDADE TRADICIONAL: HIPERINDIVIDUALISMO SECULARIZADO

A história nos permite indicar algumas pistas sobre rompimento com o estilo religioso tradicional. Primeiramente, sabe-se que a civilização ocidental durante muito tempo foi marcada pelo monopólio da Igreja Católica. Esta era detentora do poder e do saber. O sagrado ditava as leis. Porém, com o advento do Renascimento e Humanismo o cenário mundial não ficou estagnado, pelo contrário, se desenvolveu. Com tanto desenvolvimento o transcendente cedeu lugar ao gênero humano. Podemos dizer que Deus travou um confronto com o ser humano, ou melhor, a pessoa humana enfrenta Deus. Ou seja, *“a religião deixa de ser o cimento social e cultural [...] com suas mediações, mas doravante a própria racionalidade, a própria independência de escolha racional centrada no indivíduo autônomo”* (PORTELLA, 2006, p. 72, grifo do original). Com a perda dos valores sociais e ideológicos se denominou este processo de secularização. De acordo com Bath: *“a secularização não quer tirar eliminar Deus e a religião, mas simplesmente fazer que ocupem o seu novo espaço dentro de um novo horizonte de compreensão”* (BARTH, 2007, p. 98, grifo do original). A secularização está intimamente ligada com a modernidade. A modernidade é definida por vários fatores, entre eles: individualismo e pluralismo. Para o filósofo Habermas (2000), três foram os fatores que fundaram a chamada modernidade fundaram a subjetividade. De acordo com o autor em **“O DISCURSO FILOSÓFICO DA MODERNIDADE”** os acontecimentos-chave históricos para o estabelecimento do princípio da subjetividade são a *Reforma*, o *Iluminismo* e a *Revolução Francesa*. Com Lutero, a fé religiosa tornou-se reflexiva. Foi na solidão da subjetividade que o mundo divino se transformou em algo posto por nós. Contra a fé na autoridade, predicação e tradição, o protestantismo afirma a soberania do sujeito que faz valer seu discernimento: a hóstia não



é mais que farinha, as relíquias não são mais que ossos. Habermas apresenta alguns elementos basilares da fundação da subjetividade e da quebra tradicional da autoridade religiosa, nascendo a ideia de liberdade, autonomia e o rompimento crucial do tradicional modo de ser estilístico que o espírito religioso invoca. Por outro lado, de acordo com Zepeda (2010), observa-se que:

A modernidade, de uma outra forma, implica uma alteração no papel central desempenhado pela religião em sociedades tradicionais, com elementos legitimador e entregador, dando sentido e articulando as diferentes esferas sociais. Este processo, usualmente conhecido como processo de secularização, foi lido por diversos teóricos (Comte, Spencer, Marx), como uma dinâmica de emancipação cujo fim levaria uma sociedade 'sem religião'. (ZEPEDA, 2010. p. 130).

Não obstante, a tese sobre o fim do espírito religioso, mesmo diante de tal rompimento e problematização, pode ser considerada primária. Pois, não podemos analisar apenas como uma falácia, mas como fato correspondente ao contexto e a época na qual viveram, visto que a religiosidade havia perdido seu monopólio social, ideológico e cultural, cedendo lugar a uma mentalidade racionalista liberal e tecno-cientificista. Por essa razão,

Quando falamos sobre a história ocidental moderna, a secularização manifesta-se na retirada das igrejas cristãs diárias que antes estavam sobre seu controle ou influencia: separação da igreja do estado [...] a secularização é mais que um processo sócio estrutural. Ela afeta a totalidade da vida cultural e da ideação e poder ser observado um declínio dos conteúdos religiosos, nas artes, na filosofia, na literatura e, sobretudo, na acessão da ciência, como uma perspectiva autônoma e inteiramente secular do mundo. Mais ainda, subentende-se aqui a secularização também tem um lado subjetivo. Assim como há uma secularização da sociedade e da cultura, também a uma secularização da consciência. (BERGER, 1985, p. 119).

O autor nos esclarece que o processo de secularização não se restringe somente a esfera religiosa, mas, se expande e engloba outras esferas da sociedade. Pensadores como Durkheim, Weber, compreenderam como se dera o processo da perda do monopólio da



religião, mas não elegeram o seu desaparecimento. Por outro lado, pensadores como Nietzsche, Marx e Freud que afirmaram o fim do espírito religioso, contribuíram para fundamentação teórica da secularização, que dominados pelo pessimismo decretaram o fim da religiosidade. Além disso, argumentaram que o espírito religioso é mutante, porém persiste disseminado na cultura moderna e contemporânea. O pluralismo tirou o monopólio religioso criando uma espécie de religiosidade subjetiva e individualista. A religião não mais é vista na coletividade institucionalizada, mas como fé privada que busca anseios individualizados:

Deus morreu, Deus continua morto! E fomos nós que o, matamos! Como havemos de nos consolar, nós assassinos entre os assassinos! O que o nosso punhal; quem nos há de limpar deste sangue? Que ritos expiatórios, que jogo sagrado seremos forçados a inventar? A grandeza deste ato não é muito grande para nós. Não será preciso que nós mesmos nos formemos deuses para simplesmente, parecemos dignos dela? Nunca houve ação mais grandiosas e, quaisquer que sejam aqueles que poderão nascer depois de nós, pertencerão, por causa dela, a uma história mais elevada do que, até aqui; nunca o foi qualquer história. (NIETZSCHE, 2005, p. 112).

Para o mestre da suspeita é inútil viver projetados para o futuro, ou seja, viver pensando no infinito (transcendente), metafísico. Somos terrenos. O valor moral da cristandade deve ser superado, necessitamos de transvaloração. É curioso notar que Nietzsche afirmara que Deus está morto, contudo isso não é uma defesa da sua não existência. O que isso significa? Tal afirmação nos leva a reflexão que a existência, pautada pelo imperativo científico, é o novo paradigma, e não mais a religiosidade e a moral. A questão agora não é mais saber se Deus existe ou não, mas se ele ainda é necessário em um mundo secularizado. Neste sentido, Sartre em sua obra *O existencialismo é humanismo* afirmara:

O existencialismo não é, sobretudo, um ateísmo no sentido de empenhar-se para demonstrar que Deus não existe. Declara, ao contrário que, mesmo que Deus exista, isso não mudaria nada. [...] O homem precisa encontrar-se ele próprio e convencer-



se de que nada poderá salvá-lo de si mesmo, mesmo que houvesse uma prova incontestável da existência de Deus. (SARTRE, 2013, p. 61-62).

Não temos mais o transcendente que nos sirva como ponto de referência existencial. Nesse sentido, vivemos hoje uma espécie de uma imanência sacralizada pela tecnociência, individualizada, subjetivada, isto é, o homem tomara para si as condições de sua própria liberdade como fundação e projeção de si mesmo. Como se pode observar, a religiosidade a partir da modernidade se encontrou diante de um desafio, que a coloca diante das transformações técnico-científicas que buscam questionar e encontrar justificativas para sua existência. Além da crítica ao essencialismo metafísico visto em Sartre, a partir de Nietzsche consegue-se captar que a moral religiosa estava se afogando em seus dogmas, preceitos e minimização da vida e instintos: *“No cristianismo, os instintos dos sujeitos e oprimidos vêm ao primeiro plano: são as classes mais baixas que nele buscam sua salvação [...] Nele o corpo é desprezado, a higiene é repudiada como sensualidade [...]”* (NIETZSCHE, 2007, p. 26, grifo do original). Nietzsche ataca principalmente a compaixão, a repressão dos verdadeiros sentimentos e a sublimação do desejo. Com o anúncio da morte de Deus na obra *A Gaia Ciência*, a era do tradicionalismo cristão teria terminado e os valores morais pregados pela religiosidade judaica e cristã como a vontade divina foram desvalorizados com o avanço da ciência, sendo visto, como parte do processo histórico, ou seja, os valores morais serão pensados sob o prisma do construtivismo cultural e não mais por ideias transcendentais. Diante desse contexto, o homem contemporâneo vive à procura de meios rápidos e práticos de resolver seus problemas emocionais, e a procura de valores ou mesmo por certa decepção com as instituições tradicionais, tendo a encontrar acolhimento nas diversas formas fragmentárias do fenômeno religioso.

Essas novas manifestações religiosas, entre elas, neopentecostais são frutos da mudança socioeconômica da contemporaneidade e o próprio desvelar da proliferação das



novas formas religiosas. Entretanto, se observarmos de forma mais minuciosa tais realidades é possível observar a ocorrência de um processo “[...] mediante a um triplo e paradoxal movimento chamado de ‘*manutenção, recuperação e distorção*’” (ZEPEDA, 2010. p. 136, grifo do original). Entretanto, compreende-se a “*manutenção*” como a permanência de organizações, identidade e valores herdados da religiosidade tradicional; “*recuperação é o inverso não tradicional (Giddens) de recuperação de símbolos, tradições, crenças religiosas, o que não implica em um simples retorno à fusão de instituições ou à restauração do cesaropapismo*” (ZEPEDA, 2010. p. 136). Não obstante, diante das novas configurações do sagrado, as teorias filosóficas e científicas que profetizaram a derrocada do espírito religioso não tiveram êxito. Porém, não podemos ser ingênuos em postular que a moral e espírito religioso é o elemento basilar da sociedade contemporânea, afinal não estamos mais na era do predomínio da cristandade, onde tudo estava sob o prisma do transcendente. O que prevalece na contemporaneidade é o subjetivismo, emocionalismo, o ressentimento, e um diferentismo religioso que gera consequências diretas de seu entrelaçamento com o espírito mercadológico. O mais certo é recorrer a afirmação que Deus não morreu, mas permanece vivo no mercado secularizado. Claro, ainda permanecem certo tradicionalismo e manifestações realistas sobre o sagrado, mas a lei do mercado provocou distorções criando espaços para novas manifestações que até mesmos as religiosidades tradicionais, devem se adequar as suas leis.

Diante do *reavivamento* religioso, ou a possibilidade de um reencantamento do mundo, todas as hipóteses do fim do espírito religioso não passam de quimera, discurso filosófico-intelectual precipitado, pois o que vemos é um processo de metamorfose onde a religião se adequa ao sistema vigente forjando um novo modo de ser. Ainda que o espírito religioso não tenha mais tanta força e relevância de ligação entre o homem e o sagrado, a fragilidade humana dispõe de tal necessidade. A racionalidade, a técnica, as ciências não



conseguiram sanar Deus da história da humanidade. O Deus que outrora havia morrido com o avanço da ciência e da razão instrumentalizada ressuscitou com a “*revanche*” dos novos movimentos.

A história, entretanto, parece que se deleite a em zombar de nossas previsões científicas. Quando tudo parecia anunciar os funerais de Deus e o fim da religião, o mundo foi invadido por uma infinidade de novos deuses e demônios, e um novo fervor religioso, que totalmente desconhecíamos, mas, tanto pela sua variedade de suas formas, encheu os espaços profanos do mundo que se proclamava secularizado. ‘A chuva dos deuses cai do céu sobre o túmulo do Deus que sobreviveu à sua própria morte. Ateus têm seus santos e blasfemos constroem templos’. O fascínio pelo misticismo oriental, a ioga, o zen-budismo, a meditação transcendental, os cultos demoníacos e a feitiçaria, a busca de experiências transracionais, como falar de línguas estranhas (não racionais mais explicáveis em termos de classe social) – todos estes elementos fizeram cair por terra às previsões científicas acerca do fim da religião. (ALVES, 1986, p. 36-37).

Fica evidente que por mais que as teorias científicas ou filosóficas proclamassem o aniquilamento das diversas religiosidades, ela se revitaliza, se mostrando como uma ferramenta necessária à natureza humana e transcende a própria razão tão exaltada pelos iluministas. Em corroboração, Rubens Alves (1988) adverte que diante da revitalização do fenômeno religioso é mais plausível falar não de morte, mais do nascimento de Deus, pois segundo o autor: “*Deus morreu. Mas ele nasceu também. Nasceu como parte da história do homem, como símbolo que as culturas criaram para fazer sentido do seu mundo*” (ALVES, 1986, p. 66, grifo do original), ou seja, como legitimador da realidade cósmica. O que se observa é uma manifestação do religioso desligado da vida e pautado nos interesses particulares e privados. Esse modo de ser religioso é fruto da segregação do sagrado, motivados não mais por uma teologia social e coletiva, mas da prosperidade e individualizada. Por sua vez, tal manifestação engloba todas as classes sociais:



Este fenômeno não se restringe a uma camada social. São ricos e pobres, doentes e sãos, professores universitários e serventes de pedreiros. Todos professam sua crença e a manifestam na medida de suas necessidades. Empresários participam de culto evangélico, militar participam de missa, populares fazendo oferta à Iemanjá, motoqueiros carregando a imagem de Nossa Senhora Aparecida. Chegamos ao tempo em que a religião é de alguma tribo: surfistas, eskaístas, homossexuais, empresários liberais, etc... (BARTH, 2007, p. 102).

Na contemporaneidade não é mais o indivíduo que deve se adequar ao modelo tradicional, mas deve se adequar aos modelos particulares dos indivíduos na relação com o sagrado. Pode-se considerar a existência de uma privatização da religiosidade contemporânea. Ademais, diante do marketing religioso, não é mais necessariamente a participação e cooperação como condição imperiosa, mas competição. De acordo com Berger (1985), o pluralismo religioso frisa que a multiplicidade dos novos movimentos possibilita uma escolha da pessoa, segundo a *“dinâmica da preferência do consumidor”* (BERGER, 1985, p. 156, grifo do original). É nesse sentido que o autor fala de “agências religiosas”, expondo produto a ser consumido e comercializado. Diante dessa realidade abissal e pluralista *“a religião não pode mais ser imposta, mas tem que ser posta no mercado* (BERGER, 1985, p. 156, grifo do original), ou seja, ela deve estar à disposição do consumidor com data de fabricação e validade, uma vez que, deve satisfazer a carência do fiel [cliente]. Tal fenômeno favorece o constante trânsito religioso e a pluralidade de *“instituição”* religiosa, expondo seu produto a ser consumido, substituindo a *“ideia de bem-estar social”* para o *“bem-estar de consumo”*. Desse modo *“os conteúdos religiosos tornam-se sujeitos à moda”* (BERGER, 1985, p. 157), isto é, guardado no estoque com prazo a ser liquidado *“conforme as camadas que servem como clientelas para as diferentes instituições religiosas”* (BERGER, 1985, p. 157).

Aa religião persiste na sociedade contemporânea, mas no âmbito privado, visto que, sua utilidade está voltada quase que exclusivamente a questões da prosperidade subjetiva, emocionais e sentimentais, ou seja, ela está a serviço do indivíduo com a finalidade de lhe



proporcionar fortuna pelas bênçãos divinas, mas também o êxtase. Por outro lado, se tal denominação não corresponde a necessidade do crente [cliente] ele tem liberdade para escolher outra que possa satisfazer suas necessidades emergenciais, afinal *“Deus quer a felicidade, a riqueza, os bens materiais, a saúde, aqui e agora, para seus filhos”* (LIBANIO, 2009, p. 135, grifo do original). De acordo com Libânio, na realização do paraíso terrestre a religião se adequa ao sistema vigente neoliberal. É um mercado livre a disposição das *“agenciais religiosas”*. Desse modo *“a fé se orienta para assegurar aqui na terra a melhor vida possível”* (LIBANIO, 2009, p. 135), sanando qualquer sofrimento que venha pôr em risco o paraíso terrestre, ou ainda, se houver sofrimento ou desgraça a culpa não é do bom “religioso”, mas do espírito maligno que feriu a vida do “ungido de Deus”. Assim, é possível observar que o contexto religioso fragmentado *“possui sua boutique a oferecer mercadorias espirituais; as pessoas escolhem-nas e fazem o próprio kit”* (LIBANIO, 2009, p. p. 117, grifo do original), satisfazendo assim seu vazio existencial e emocional. Decerto *“a religião se torna verdadeiro laboratório de experimentação de ingredientes espirituais”* (LIBANIO, 2009, p. 117, grifo do original), se entrelaçando com o anseio individualista que vive desorientado e perdido na multidão, possuído pela profunda solidão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Heidegger sempre defendeu que o fazer filosófico é um trabalho de resistência, *rigorosamente rude, de alguém que realiza um trabalho no campo, como o agricultor que ara a sua terra*. É nesse mesmo sentido que o pensamento do filósofo busca abrigo na pátria, como as grossas raízes de uma figueira que se apresentam sempre enraizadas em seu *mundo*. É importante dizer que recentemente o Prêmio Nobel de Literatura foi para Peter Handke, um notório extremista, heideggeriano, que apoiou Slobodan Milosevic. O literato escreve em



sua obra, *Fantasia da repetição*: “Se sentir a dor da soleira, você não é um turista; pode haver passagem” (HANDKE, 1983, p. 13, grifo do original). De que modo todas essas informações nos ajudam a compreender a questão que se coloca no título deste artigo? Resposta: Heidegger e Handke nunca conseguiriam aceitar um *mundo* diverso, hipercultural e globalizado. Heidegger e contemporaneamente Handke representam o espírito conservador e tradicionalista. Isto sempre acontece devido ao medo constante de verem seu *mundo* extinto. Heidegger e Handke pensam a partir do *homo doloris*, *romanticamente rude*, *ligado à terra*, *à sua pátria*, estando sempre em oposição ao *homo liber*. São inimigos do liberalismo, da globalidade, enfim, da vida festiva, que, segundo os autores, a contemporaneidade é decadente e a cultura fica ameaçada de extinção devido à excessiva positividade. É nesse mesmo sentido que podemos compreender a reação de determinados grupos sociais e a ascensão de líderes da extrema esquerda e da extrema direita na Europa (França, Itália, Inglaterra, Hungria, Turquia), Rússia, EUA e América Latina. Todos eles defendem o argumento de que seu mundo e todos aqueles que eles representam estão ameaçados. E, por isso, é preciso reagir contra esse tal globalismo que se alastra como uma peste na contemporaneidade.

Argumentos não faltam para sustentar o extremismo, seja ele de esquerda ou de direita, inspirados pela retórica de um Antonio Negri ou de um Alexandre Dougin. Tudo isto nos remete a seguinte pergunta: *o que é um mundo*? Segundo Heidegger um *mundo* se dá quando “o próprio ser-aí está em seu trabalho” (HEIDEGGER, 1910-1976, p. 10, Tradução livre), ou melhor, é o natural, terrenal, repetitivo, fechado e estável, na qual deveríamos estar sempre ligados, e que precisa ser conservado a qualquer custo. Por fim, sob qualquer ameaça ou desligamento de seu *húmus*, ou sua cultura, é preciso agir reacionariamente. Eis uma forma possível de se compreender as causas do ressurgimento dos vários fascismos contemporâneos: o medo constante da extinção de seus mundos. O avanço da nova retórica



evangélica (neopentecostal), em sua luta pela consciência no mercado da fé, acontece, ao mesmo tempo em que se propaga, a ameaça de secularização dos valores cristãos. Este medo gerou um profundo ressentimento entre as culturas do campo, no Brasil, o que provocou o surgimento do movimento neopetencostal. Seu eleitorado está nas partes altas e baixas do Brasil profundo, e que recusa a Modernidade. Durante muito tempo o homem do campo, no Brasil, o discurso da esquerda contra a globalização, mas viu seus valores atacados e corrompidos pelos detentores do poder, agora identifica o mesmo discurso na extrema direita, desta vez, associada a defesa dos valores da pátria, família e propriedade. Caminhamos perigosamente sob o fio da navalha que conduziu muitas culturas ao atraso e ao possível conflito social.

Deixaremos de ser dominados pelo caminho da dor que sempre esteve presente entre os ascetas e eremitas, penitentes e flagelantes, entre os trágicos gregos, como Sileno, as lamentações de Jó, ou ainda o discurso niilista de Eclesiastes, até a negação do mundo da vida [Lebenswelt], por uma filosofia customizada de Arthur Schopenhauer? Será que o homem médio da província ressuscitará a alma de Lutero, agora customizada pelas igrejas neopentecostais, em seu canto negro, sombrio e negador do *Lebenswelt*? Por isso este trabalho teve como núcleo de problematização o espírito religioso na modernidade/contemporaneidade buscando pontilhar historicamente suas múltiplas faces a partir do seu desenvolvimento no âmbito sociocultural de consumo. Ademais, analisaram-se os modos com o indivíduo tem se relacionado contemporaneamente com o sagrado, que, a saber, vive mergulhado em uma sociedade pautada pelo hiperindivualismo, emotivismo e o hiperconsumo. Deste modo, foi abordado criticamente neste trabalho a ideia de consumo, felicidade, religiosidade com a finalidade de compreender o ser humano atual e suas múltiplas faces dentro do contexto do fenômeno religioso, em especial, da teologização da prosperidade. Como pressuposto para compreender o comércio religioso, o predicado



principal da religião moderna-contemporânea se manifesta como paradoxalidade, oxímoro, isto é, ao mesmo tempo que se busca a face do sagrado, esta busca não é coletiva, mas individualizada e consumista: privatização da fé. Por esse âmbito, Deus se tornara utensílio ou acessório para suprir as necessidades práticas do dia-a-dia. Por sua vez, os problemas emocionais e individuais são minimizados a partir do momento em que o indivíduo busca em sua fé um meio de troca (dinheiro) para resolver seus problemas cotidianos. Não obstante, as instituições religiosas se aproveitam de tal “*fragilidade*” para tornar-se o lugar de resolução desses problemas, mediante a troca comercial sacralizada. Portanto, Deus não é só a fonte de remissão e redenção dos pecados dos filhos de Adão. Ele não é mais somente o Deus da promessa que fizera Abraão um novo homem assim como Isaac após o evento do sacrifício em Moriá, mas Deus se tornou o objeto de desejo especial do mercado, ou seja, por Ele e para Ele, as múltiplas faces da religiosidade podem facilmente criar seus lucros em seus megatemplos, seja da esquina da rua ou nos grandes centros comerciais.



REFERÊNCIAS

ALVES, Rubem. Enigma da religião. 4 ed. Campinas: Papirus, 1986.

AGAMBEN, Giorgio. BENJAMIN E IL CAPITALISMO: Il capitalismo come religione non mira alla trasformazione del mondo, ma alla sua distruzione. Disponível em: <http://www.vita.it/it/article/2013/06/24/benjamin-e-il-capitalismo/124036/>>. Acesso em: 13 de abril de 2022.

BARTH, Wilmar Luis. O homem pós-moderno, religião e ética. Teocomunicação, porto Alegre, v.37, n. 155, mar. 2007, p. 89-108.

BAZANINI, Roberto. O MERCADO COMO RELIGIÃO: a dinâmica da rede de negócios nos megatemplos. **BBR, Braz. Bus. Rev.** vol.15, n.3 Vitória May/June 2018.

BAUMAN, Zygmunt. VIDA PARA CONSUMO: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BÍBLIA DE JERUSALÉM. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Comunidade:** a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **Amor líquido:** sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.



BERGER, Peter Ludwig. **O DOSSEL SAGRADO**: elementos para uma teoria sociológica da secularização. 3. ed. São Paulo: Paulus, 1985.

CAMUÇA, Macelo Ayres. **ENTRE SINCRETISMOS E “GUERRAS SANTAS”**: dinâmicas e linhas de força do campo religioso brasileiro. **Revista USP**, São Paulo, n. 81, março/maio. 2009. p. 173-185.

FILHO, Ciro Marcondes. **Sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994.

HEIDEGGER, Martin. **A PAISAGEM CRIATIVA**: Por que permanecemos na província? Disponível: <
<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/ideias/article/view/8649440/15995>>.
Acesso em 14 de abril de 2022.

_____. **Aus der Erfahrung des Denkens**. Frankfurt An Main: Vittorio Klostermann, 1910-1976.

HANDKE, P. **Fantasia da repetição**. Frankfurt, 1983.

LIBANIO, J. Batista. **Para onde vai a juventude?** Reflexões pastorais. São Paulo: Paulus, 2001.

_____. **Caminhos da Existência**. São Paulo: Paulus, 2009.



HABERMAS, Jurgem. O discurso filosófico da modernidade. Tradução de Luiz Sergio Repa e Rodnei Nascimento. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. A FELICIDADE PARADOXAL: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia de letras, 2006.

MARTELLI, Stwefano. A religião na sociedade pós-moderna. São Paulo: paulinas, 1995.

ROCHA, Camila. A ascensão e influência das igrejas neopentecostais no Brasil. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/explicado/2020/04/19/A-ascens%C3%A3o-e-influ%C3%Aancia-das-igrejas-neopentecostais-no-Brasil>>. Acesso em: 13 de abril de 2022.

REVISTA IHU ON-LINE. TRANSIÇÃO RELIGIOSA: católicos abaixo de 50% até 2022 e abaixo do percentual de evangélicos até 2032. Disponível em: <<https://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/585245-transicao-religiosa-catolicos-abaixo-de-50-ate-2022-e-abaixo-do-percentual-de-evangelicos-ate-2032>>. Acesso em: 12 de abril de 2022.

PENHA, João da. O que é existencialismo. São Paulo: Brasiliense, 2004.

PORTELLA, Rodrigo. A religião, sensibilidade religiosa e pós-modernidade ciranda entre religião e secularização. Revista de estudos da religião REVER. n. 2, 2006. P, 71-87. Disponível em: <pucsp.br/rever/RV2-2006/p-portella.pdf>. Acesso em: 14 de abril de 2022.



56

SARTRE, Jean- Paul. O existencialismo é o humanismo. Petrópolis: Vozes, 2013.

MAGENTA, Mateus. Provas contundentes apontam lavagem de dinheiro da Universal em Angola, dizem investigadores. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2021/06/provas-contundentes-apontam-lavagem-de-dinheiro-da-universal-em-angola-dizem-investigadores.shtml?loggedpaywall>>. Acesso em: 13 de abril de 2022.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. A Gaia Ciência. São Paulo: Rideel, 2005.

_____. **O Anticristo:** Maldição ao cristianismo. Trad. Paulo César de Sousa. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

ZEPEDA, José de Jesus. Secularização ou ressacralização? O debate sociológico contemporâneo sobre a secularização. Revista brasileira de ciências sociais, v. 25, n. 73, jun. 2010. p. 129-198.