



Revista Pax Domini é licenciada sob
uma Licença Creative Commons.

A TEOLOGIA DA PROSPERIDADE E SUA RELAÇÃO COM O CONSUMISMO: UMA ANÁLISE A PARTIR DO CONTEXTO BRASILEIRO

Robson Wander de Paula¹

RESUMO

Assim como em outras partes do mundo a chamada “Teologia da Prosperidade” tem encontrado no Brasil um terreno fértil para sua rápida expansão, principalmente através das igrejas chamadas de neopentecostais. O discurso apregoado por essa teologia é basicamente o mesmo: “Se você é filho de Deus você tem que prosperar financeiramente” e isso tem atraído milhares de pessoas ávidas por fazerem parte de um grupo seletivo de escolhidos para desfrutarem o melhor de Deus nesta terra, ou seja, poder desfrutar a benesses da sociedade de consumo. Para que isso se configure investe-se de maneira pesada no marketing, nas campanhas publicitárias desde as mais elaboradas que mostram pessoas bem sucedidas que fazem parte de tal igreja até aos míseros panfletos de igrejas menores que promovem suas campanhas de prosperidade. Não são poucas as igrejas no Brasil que aderiram a esse modelo e muitos são as lideranças e pregadores que despontam no cenário nacional, a maioria baseado no modelo norte-americano. Pretende-se demonstrar nesse trabalho que a Teologia da Prosperidade por trás de seu contorno espiritual tem como objetivo legitimar o sistema proposto pela atual sociedade de consumo.

Palavras-chave: Teologia da Prosperidade, Neopentecostalismo, Sociedade de Consumo.

Abstract

As in other parts of the world, so-called "Prosperity Theology" has found fertile ground in Brazil for its rapid expansion, mainly through churches neopentecostal calls. The speech proclaimed by this theology is basically the same: "If you are a son of God you have to thrive financially" and this has attracted thousands of people eager for being part of a select group chosen to enjoy the best of God on this earth, that is, to enjoy the blessings of consumer society. For this to configure invests up heavy way in marketing, advertising campaigns from the most elaborate show that successful people who are part of this church to the meager smaller churches pamphlets promoting its prosperity campaigns. There are few churches in Brazil that adhered to this model and many are leaders and preachers who emerge on the national scene, most based on the American model. We intend to demonstrate in this paper that the Theology of Prosperity behind their spiritual contour aims to legitimize the system proposed by today's consumer society.

Keywords: Prosperity Theology, Neo-Pentecostalism, Consumer Society

¹ Graduação em Teologia pela Universidade Metodista de São Paulo; Pós Graduação (Lato Sensu) em Sociologia, pela Universidade Municipal de São Caetano do sul; Mestrado (Stricto Sensu) Em Ciências da Religião, pela Universidade Metodista de São Paulo. Email: rwander1@ig.com.br

INTRODUÇÃO

A chamada “Teologia da Prosperidade” tem sido objeto de estudo de vários autores nas últimas décadas. Esse fenômeno pode ser explicado pela maciça exposição que esta teologia tem tido principalmente através da mídia televisiva. Tornou-se comum ligar a T.V e se deparar com discursos inflamados que fazem alusão a uma vida sem problemas, sem doenças e com muito dinheiro no bolso, tudo isso resultado da contribuição financeira para determinada igreja. Este artigo procura fazer uma leitura da Teologia da Prosperidade a partir de suas origens, principalmente sua gênese nos movimentos místicos originados nos Estados Unidos no início do século XX e sua implantação e desenvolvimento no Brasil principalmente através do neopentecostalismo e estabelecer uma relação com a Sociedade de Consumo.

Para isso este artigo dispõe de um quadro teórico bastante diverso, usando autores que já observaram o fenômeno ou trabalharam algum tema correlato. Parte-se da tese que a Teologia da Prosperidade nada mais é do que a expressão máxima de uma religião secularizada sendo uma importante engrenagem no processo de manutenção e consolidação da Sociedade de Consumo.

A ORIGEM DA TEOLOGIA DA PROSPERIDADE

Apesar do crescente processo de secularização que ocorre no mundo a religião sempre esteve presente em todas as sociedades em suas múltiplas formas. Em cada época a religião tem se reinventado buscando responder ou se adequar a sociedade em que está inserida. Desde meados do século XX a chamada Teologia da Prosperidade tem se destacado pela maneira como que tem se amoldado à atual sociedade de consumo. Nessa teologia a antiga ideia de recompensa a ser alcançada na eternidade é substituída pelo retorno quase que imediato de tudo o que a vida terrena possa proporcionar. É importante iniciar este artigo trazendo uma definição do termo Teologia da Prosperidade:

Tem-se dado o nome de “teologia da prosperidade” a um conjunto de crenças e afirmações, surgidas nos Estados Unidos, que afirmam ser legítimo ao crente buscar resultados, ter fortuna favorável, enriquecer, obter o favorecimento divino para a sua vida material ou simplesmente progredir (CAMPOS, 1999, p. 363).

Contudo, a Teologia da Prosperidade da maneira que conhecemos hoje passou por um processo de evolução tendo suas raízes no movimento do Novo Pensamento, ou ciência da mente que surgiu em meados do século XIX nos Estados Unidos. As origens do Movimento do Novo Pensamento estão ligadas ao sueco Emanuel Swedenborg (1688-1722), místico, vidente, teólogo, filósofo e cientista para quem a fé, ações e poder caminhavam juntos. Nos Estados Unidos seu principal expoente foi o místico Phineas Parkhurst Quimby (1802-1866), que estudou “espiritismo, ocultismo, hipnose e parapsicologia para produzir sua filosofia [...]” (WILSON apud MARIANO, 2010, p. 151). Quimby ensinava que a enfermidade e o sofrimento tem origem no pensamento incorreto. Ele fez muitos discípulos dentre os quais destacamos a Sra. Mary Baker Eddy que fundou a Ciência Cristã.

Após a morte de Quimby vários grupos vão rivalizar entre si e o movimento do Novo Pensamento vai ganhar popularidade e muitos seminários de oratória serão abertos, dentre os quais destacamos o Emerson College of Oratory devido ao fato do protestante Essek W. Kenyon, considerado o “pai da confissão positiva” estudar nessa escola e obter ali as bases do que chamamos de Teologia da Prosperidade (McCONNELL, 1988, p.30). Após deixar o Emerson College, Kenyon fundou o Instituto Bíblico Betel e passou a exercer o ministério de pregador itinerante e tornou-se popular através de seu programa de rádio onde propagava suas ideias, uma mistura de cristianismo e ideias metafísicas do Movimento do Novo Pensamento que passou a ser chamada de Confissão Positiva. Kenyon também escreveu diversos livretos, tornando-se popular e servindo de inspiração a muitos expoentes da Teologia da Prosperidade. Dentre os seguidores de Kenyon destacamos Kenneth E. Hagin, o qual se tornaria o maior propagador da Confissão Positiva. Hagin teve uma infância difícil sendo abandonado por seu pai e ficando órfão de mãe aos seis anos de idade, aos dezesseis anos é desenganado pelos médicos ficando preso a um leito. Segundo seu testemunho, nessa época teve a experiência de descer até o inferno por três vezes e em sua última experiência tornou-se cristão. Nessa mesma época afirmou ter lido as Escrituras e recebido a cura. Algum tempo depois tornou-se pastor de uma igreja Batista, e anos depois tornou-se pentecostal juntando-se a Assembleia de Deus. Ficou cerca de 12 anos nesta igreja até tornar-se pregador itinerante e relacionar-se com outros pregadores de cura divina.

Em 1962 funda o seu ministério e passa a ser reconhecido em toda a nação. Em 1974 funda o Instituto Bíblico Rhema, que está presente em várias partes do mundo inclusive no Brasil. Também investiu em cursos por correspondência chegando a ter cerca de 16.000 alunos. Chegou a ter um programa de rádio transmitido por 249 estações e uma revista que alcançou o número de 400 mil assinantes. Além disso, teve seus livros traduzidos para mais de 26 idiomas. Apesar de toda notoriedade

alcançada, Hagin foi acusado de plagiar as obras de Kenyon :

Hagin leu muita coisa escrita por Kenyon. As semelhanças entre os livros que Kenyon escreveu sobre cura, prosperidade, e confissão positiva e aqueles que Hagin mais tarde escreveu, afirmando terem vindo diretamente de Deus, ficam evidentes para qualquer pessoa que tenha em mãos as duas coleções de livros. De fato, em alguns casos, Hagin não somente leu os textos de Kenyon; ele copiou palavra por palavra e, depois, lançou os resultados como se fossem fruto de seu trabalho. Por exemplo, quase 75% da edição original do livro *A Autoridade do Crente* coincide palavra por palavra com um livreto anterior de Kenyon, publicado em sua origem com o mesmo título. Desse modo, não nos causa nenhuma surpresa o fato de os ensinamentos de ambos serem os mesmos. É claro que nem todos os livros de Hagin são cópias dos de Kenyon, mas as semelhanças são grandes (PIERATT, 1993, p. 27).

Quando acusado de plagiar as obras de Kenyon, Hagin afirmava que as semelhanças ocorreram porque os dois autores haviam recorrido às mesmas verdades bíblicas. Mesmo com sua morte, ocorrida em 2003, ele continua a ser reverenciado pelos pregadores da Teologia da Prosperidade sendo chamado de “papai Hagin”. A popularidade de Hagin se dava principalmente pelo seu carisma e por suas declarações de experiências sobrenaturais nas quais afirmava ter tido vários diálogos diretamente com a divindade. O ministério de Hagin foi marcado por suas alegações de que seus ensinamentos eram incontestáveis, já que provinham diretamente da boca de Deus. Embora Hagin já falasse sobre prosperidade², sua mensagem estava mais focada na Cura Divina e na Confissão Positiva, e abriu as portas para o discurso de prosperidade financeira que vai ocorrer através do pregador Oral Roberts, conforme explica Mariano:

Foi o televangelista Oral Roberts quem criou a noção de “Vida Abundante” e deu início à pregação da doutrina da prosperidade, prometendo retorno financeiro sete vezes maior que o valor ofertado. Roberts passou a dar maior ênfase a tal mensagem a partir de 1954, quando, ao ingressar na TV, suas despesas aumentaram consideravelmente (MARIANO, 2010, p.152).

A partir daí a Teologia da Prosperidade vai tomando sua forma atual passando a ser chamada de

² Hagin em seu livro *Jesus a Porta Aberta* relata alguns testemunhos de pessoas que enriqueceram em plena Grande Depressão porque eram ofertantes generosos.

Evangelho da Prosperidade, Evangelho da Saúde e Prosperidade, Movimento da Fé ou Palavra da Fé. Embora ocorra essa variedade de nomes, todos têm na prosperidade financeira a sua ênfase principal. Muitos pregadores da prosperidade irão se destacar nessa esteira, dentre os quais, Granville Oral Roberts, Kenneth Copeland, Charles Capps, Frederick Price, T. L. Osborn, Morris Cerullo e Benny Hinn.

A TEOLOGIA DA PROSPERIDADE NO BRASIL

Assim como em outras partes do mundo a teologia da prosperidade encontrou plena aceitação em solo brasileiro. Suspeita-se que essa aceitação ocorra devido ao grande número de denominações evangélicas, principalmente as de cunho pentecostal. Ainda sobre a rápida assimilação dessa teologia no Brasil Campos afirma que:

É importante verificarmos a origem, conteúdo e condições sócio-culturais que têm facilitado a assimilação no Brasil da “teologia da prosperidade”. Antes de mais nada, observemos que tal teologia não aposta na desintegração da atual ordem social por meio de uma catástrofe ou revolução apocalíptica que pregavam os pré-milenistas. Muito pelo contrário, ela prega a continuidade das atuais regras do jogo sócio-econômico, o que permite a esperança de ascensão social dos que atualmente ocupam lugar desvantajoso nesse arranjo social (CAMPOS, 1999,p.363).

Da mesma forma que em outros países de terceiro mundo o Brasil tornou-se receptivo a Teologia da Prosperidade também por conta de fatores sociais que levam as pessoas a aspirarem por ascensão social.

Embora a teologia da prosperidade não tenha se originado no Pentecostalismo, será numa vertente sua, o Neopentecostalismo, que esse tipo de teologia encontra sua maior representatividade. De acordo com Freston (1993, p. 66) o neopentecostalismo surge na chamada “terceira onda” do pentecostalismo brasileiro:

O pentecostalismo brasileiro pode ser compreendido como a história de três ondas de implantação de igrejas. A primeira onda é a década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembléia de Deus (1911). Estas duas igrejas tem o campo para si durante 40 anos, pois suas rivais são

inexpressivas. A Congregação, após grande êxito inicial, permanece mais acanhada, mas a AD se expande geograficamente como a igreja protestante nacional por excelência, firmando presença nos pontos de saída do futuro fluxo migratório. A segunda onda pentecostal é dos anos 50 e início de 60, na qual o campo pentecostal se fragmenta, a relação com a sociedade se dinamiza e três grandes grupos (em meio a dezenas de menores) surgem : a Quadrangular (1951), Brasil para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962). O contexto dessa pulverização é paulista. A terceira onda começa no final dos anos 70 e ganha força nos 80. Suas principais representantes são a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980).

Atualmente existe uma grande diversidade de denominações neopentecostais, dentre as quais destacamos as mais proeminentes: Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Internacional da Graça de Deus, Igreja Mundial do Poder de Deus, Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, Igreja Apostólica Renascer em Cristo, dentre outras. O Neopentecostalismo chega em solo brasileiro num momento de intensas mudanças sociais, conforme explica Mariano:

Frente às muitas mudanças ocorridas na sociedade, sobretudo na área comportamental, e às novas demandas do mercado religioso, várias lideranças optaram por ajustar gradativamente sua mensagem e suas exigências religiosas à disposição e às possibilidades de cumprimento por parte de seus fiéis e virtuais adeptos. O sectarismo e o ascetismo começaram a ceder lugar à acomodação ao mundo, acompanhando o processo de institucionalização de importantes segmentos pentecostais. Nos EUA, este processo teve início já nos anos 50 e 60. No Brasil, ele é mais recente, principia nos anos 70 e se aprofunda com o nascimento e crescimento do neopentecostalismo (MARIANO, 1996, p.27).

Percebemos então que um dos fatores que contribuíram para o crescimento da Teologia da Prosperidade foi o da acomodação social, já que a sociedade em seus vários segmentos, inclusive o religioso, estava mudando a sua maneira de perceber o mundo. Ainda que algumas igrejas pentecostais ainda persistissem em permanecer no asceticismo, naquele momento havia uma alternativa religiosa que rompia com o modelo vigente.

A ideia de que os crentes poderiam desfrutar das benesses que o “mundo” oferecia acabou por

seduzir um grande número de fiéis insatisfeitos com o ascetismo³ ensinado até então pelas denominações pentecostais clássicas⁴. Grande parte do êxito conseguido pela Teologia da Prosperidade em solo brasileiro se dá pela ação de seus propagadores, que por seu carisma e eloquência acabam difundindo com sucesso a suas ideologias. Dentre os muitos pregadores destacamos: Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus, R. R. Soares, da Igreja Internacional da Graça de Deus, o casal Estevam e Sônia Hernandes, da Renascer em Cristo e Valdemiro Santiago, da Igreja Mundial do Poder de Deus.

Ao contrário das igrejas pentecostais tradicionais, que durante muitos anos relutaram por aceitar os meios de comunicação para a propagação de suas doutrinas, as neopentecostais desde muito cedo fizeram uso da mídia. Segundo Moraes,

Se no passado era fundamental distribuir Bíblias para alcançar seus objetivos, hoje em dia, as religiões precisam demarcar seus espaços na grande mídia, adquirindo emissoras de rádio, canais de televisão, aquisição de jornais e revistas, e para tal é fundamental ter apoio político (MORAES, 2008, p.30,31).

Grandes igrejas neopentecostais, como a Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Internacional da Graça de Deus, Renascer em Cristo e Igreja Mundial do Poder de Deus, todas têm acesso ao rádio e a televisão e, inclusive, até são detentoras de canais de TV⁵.

CONSUMO, CONSUMISMO E SOCIEDADE DE CONSUMO

A fim de estabelecer uma relação entre a Teologia da Prosperidade e a Sociedade de Consumo faz-se necessário a compreensão dos termos consumo, consumismo e sociedade de consumo. Percebe-se a dificuldade em se definir o termo consumo, isso devido a sua ambiguidade:

Consumo deriva do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar e destruir; e do termo inglês *consummation*, que significa somar, adicionar. No Brasil, o

³ A palavra “ascetismo” deriva do gr. *askesis* (exercício), referindo-se a um sistema de disciplina espiritual cuja principal preocupação e a renúncia ao mundo e a carne como parte da luta contra o diabo. Cf. FERGUSON; WRIGHT; PACKER, 2011, p.96.

⁴ O termo Pentecostalismo Clássico é usado no contexto brasileiro para designar as igrejas pentecostais Assembleias de Deus e Congregação Cristã do Brasil.

⁵ Rede Record (Igreja Universal); Rede Internacional de Televisão (Igreja da Graça) e Rede Gospel (Renascer em Cristo).

significado do termo consumo ficou mais próximo da primeira dimensão, que tem sentido negativo, enquanto consumação, com sentido positivo de realização e clímax, ficou mais restrita ao ato sexual (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p.21).

Quanto a diferença entre consumo e consumismo, Bauman (1999,p.87) explica que “todos os seres humanos, ou melhor, todas as criaturas vivas ‘consomem’ desde tempos imemoriais”. Isso ocorre porque o homem possui necessidades de subsistência, e por isso necessita consumir. Contudo, o consumo não se limita apenas às necessidades básicas, mas também está atrelado ao desejo.

O fato é que o consumo satisfaz às necessidades, bem como aos desejos, e está conectado tanto a bens essenciais, quanto aos supérfluos. Pode-se consumir desde arroz e feijão, medicamentos e transporte coletivo (necessidades), por um lado, até uma sofisticada feijoada, Viagra e automóveis com ar-condicionado (desejos), por outro. O consumismo, por seu turno, busca saciar somente os desejos, estando sempre conectado ao supérfluo, e se diferencia do consumo em uma questão de grau, exagero e dependência [...] (SCHWERINER, 2008, p. 24).

Assim, é correto afirmar que o consumismo ultrapassa as fronteiras da necessidade, tornando-se um superlativo do consumo, chegando até a causar dependência. O consumismo “é nos tempos atuais, um novo *modus vivendi*” (SANCHEZ, 2012, p. 109). Ainda Nas palavras de Sanchez:

Isto significa dizer que o consumismo não é apenas o consumo exagerado de objetos colocados à nossa disposição no mercado. Esse *modus vivendi* configura-se como uma determinada forma de viver que abarca tanto a vida dos indivíduos como a vida dos grupos e da própria sociedade (SANCHEZ, 2012, p. 109).

Compreende-se que todos os segmentos da sociedade estão expostos a esse fenômeno. De acordo com Lyon, o “consumismo é global, não no sentido de que todos podem consumir, mas no de que todos são afetados por ele” (LYON, 2005, p.104). Essa influencia global é notada pelo fato da sociedade ser denominada *sociedade de consumo*.

Jean Baudrillard em sua obra *A Sociedade de Consumo* descreveu a Sociedade de Consumo da seguinte forma:

À nossa volta, existe hoje uma espécie de evidência fantástica do consumo e da abundância, criada pela multiplicação dos objetos, dos serviços, dos bens materiais, originando como que uma categoria de mutação fundamental na

ecologia da espécie humana. Para falar com propriedade, os homens da opulência não se encontram rodeados, como sempre acontecera, por outros homens, mas mais por objetos. O conjunto das relações sociais, já não é tanto o laço com os seus semelhantes quanto, no plano estatístico segundo uma curva ascendente, a recepção e a manipulação de bens e mensagens, desde a organização doméstica muito complexa e com suas dezenas de escravos técnicos até ao <<mobiliário urbano>> e toda a maquinaria material das comunicações e das atividades profissionais, até ao espetáculo permanente da celebração do objeto na publicidade e as centenas de mensagens diárias emitidas pelos mass media; desde o formigueiro mais reduzido de quinquilharias vagamente obsessivas até os psicodramas simbólicos alimentados pelos objetos noturnos, que vem invadir-nos os próprios sonhos (BAUDRILLARD, 2011, p.13).

Ao descrever a Sociedade de Consumo Baudrillard descreve algumas características da Sociedade de Consumo, a abundância, a multiplicação de bens e serviços, pessoas rodeadas de objetos ao invés de pessoas, a substituição dos relacionamentos pelo consumo de mercadorias, bens e serviços.

É comum atrelar o surgimento da sociedade de consumo ao século XVIII, precisamente, com a Revolução Industrial. Um outro fator que anos depois também irá contribuir para a consolidação da sociedade de consumo será o fim da 2ª guerra mundial ocorrido em 1945. Conforme explica Giacomini Filho:

[...]foi após a Segunda Guerra Mundial que a ascensão de uma forte sociedade de consumo nos Estados Unidos e Europa ocidental estimulou um moderno sistema de consumo massivo. Nesse sentido, empresas, governos e organizações incrementam conceitos como marketing, obsolescência planejada, pesquisa de mercado, de forma a sustentar condições para uma sociedade intensamente regulada pelas relações de consumo (GIACOMINI FILHO, 2010, p. 55).

Em tempos de pós-guerra o consumo passou a ser estimulado para alavancar a economia principalmente nos Estados Unidos e na Europa Ocidental. É possível estabelecer uma relação com a época do surgimento da Teologia da Prosperidade nos Estados Unidos. De acordo com Mariano: “Reunindo crenças sobre cura, prosperidade e poder da fé, essa doutrina surgiu na década de 40” (MARIANO, 2010, p.151). Num contexto em que o consumo era incentivado, sobretudo, a partir do modelo taylorista de produção, surge uma teologia que correspondia com o pensamento vigente da

época, em que as lógicas do mercado de consumo iriam ser assimiladas, diluídas e propagadas em forma de pensamento legitimado pela religião.

Faz-se necessário ressaltar a relação existente entre o capitalismo e a sociedade de consumo, já que esta se estrutura e se consolida dentro da lógica do capitalismo. Diferentemente do que ocorria na primeira fase do capitalismo quando o “consumo era gerado por causa da produção excessiva; no momento atual, a gestação do consumo independe da produção [...]” (SOUZA, s.d., p.3).

O puritanismo ascético, mesmo sendo contrário, não subsistiu a sociedade de consumo. Em sua obra *Las Contradicciones Culturales del Capitalismo*, Daniel Bell destaca que o puritanismo com sua ética protestante restringiam a dinâmica econômica desenfreada e capitalista, mas o capitalismo destruiu a ética protestante quando usou alguns mecanismos como o pagamento em prestações que propiciava o crédito imediato para estimular o consumo. Assim, a ideia puritana de poupar para a posteridade foi substituída pela possibilidade de ter uma “gratificação imediata” através do consumo. Bell (1989,p.33) explica que “A ética protestante serviu para limitar a quantidade de acúmulo (mas não a acumulação de capital). Quando a ética protestante foi retirada da sociedade burguesa, restou o hedonismo e o sistema capitalista perdeu sua ética transcendental.”

O desejo é o motor da sociedade de consumo. Em uma escala frenética os mais diversos produtos são criados para atender aos consumidores, cada vez mais ávidos por “novidades”. Nesse aspecto as agências de publicidade exercem um papel fundamental, não só para o despertar constante do desejo, mas também para gerar a insatisfação daqueles que não possui renda suficiente para consumir o que é exibido. Isso, no limite, leva à desigualdade que assistimos no sistema capitalista. Essa engrenagem mantém a sociedade de consumo em suas bases. De acordo com Bauman,

A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar *perpétua* a *não-satisfação* de seus membros[...]. O método explícito de atingir tal efeito é depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido promovidos no universo dos desejos dos consumidores (BAUMAN, 2008, p. 64).

Isso explica o fluxo contínuo de lançamentos de vários produtos, principalmente dos eletrônicos. Um celular, por exemplo, lançado como a última inovação tecnológica do mercado, e após alguns meses torna-se obsoleto diante do novo produto anunciado, e assim sucessivamente.

Nessa sociedade em que vivemos, o consumo ocupa a centralidade e as pessoas passaram a ser

valorizadas por sua capacidade de consumir. Você passa a ser aquilo que consome. De acordo com Canclini:

As lutas de gerações a respeito do necessário e do desejável mostram outro modo de estabelecer as identidades e construir a nossa diferença. Vamos afastando-nos da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir (CANCLINI, 2010, p.30).

De modo parecido Sung afirma que: “nas sociedades capitalistas, uma ação ou alguém vale na medida em que produz um valor econômico ou consome algo valorizado pelo mercado” (SUNG, 2005, p.12). Diante dos textos supracitados percebe-se claramente que o consumismo se despojou da ética e recebeu ares de sacralidade na Sociedade de Consumo. Dentre as muitas expressões que estão a serviço da Sociedade de Consumo destacamos a Teologia da Prosperidade como sua expressão máxima, pois despojada da antiga ética protestante lança mão dos recursos explorados por essa sociedade.

A TEOLOGIA DA PROSPERIDADE COMO EXPRESSÃO MÁXIMA DA RELIGIÃO NA SOCIEDADE DE CONSUMO

Por certo as relações econômicas estão presentes na religião há muito tempo e se manifestam em outras religiões não cristãs. Contudo, é na Teologia da Prosperidade que encontramos a representação máxima da relação e adaptação da religião com a sociedade de consumo. Conforme apontamos anteriormente a Teologia da Prosperidade encontrou maior receptividade no seio do Neopentecostalismo. Oro explica que, “o êxito econômico das empresas religiosas neopentecostais encontra legitimação ideológica na Teologia da Prosperidade, que também incentiva o progresso econômico dos seus fiéis” (ORO, 2001, p.77). Apesar de ter suas raízes nos Estados Unidos da América, nas últimas décadas a Teologia da Prosperidade tem obtido sucesso principalmente em países de terceiro mundo localizados no Continente Africano e América Latina, onde,

Não basta a salvação celestial, paradisíaca, eterna, mas longínqua, posterior à morte ou à volta de Cristo. A condição econômica desfavorável e a posição social subalterna os predispõem a buscar compensações imediatas neste mundo, a

procurar soluções de natureza mágica, a querer, com o máximo de urgência, ver-se livres de seus tormentos e sofrimentos terrenos. Para atendê-los, não faltam empresas de salvação no mercado religioso (MARIANO, 1998, p.16).

Devido as aspirações e frustrações comuns na Sociedade de Consumo, um público cada vez maior adere à Teologia da Prosperidade, na qual alguns valores antes celebrados na igreja cristã como: céu, volta de Jesus, dentre outras crenças são preteridas em troca de uma solução imediata e terrena. Basta investir financeiramente, ou como popularmente se diz, “plantar uma semente” para prosperar financeiramente.

Embora alguns tentem estabelecer uma relação direta entre a Teologia da Prosperidade e a *Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, clássica obra de Max Weber, segundo o sociólogo Ricardo Mariano essa conexão é impossível:

Mas nada está mais distante do puritanismo calvinista, exemplo-mor desta afinidade, do que a Teologia da Prosperidade. Nas seções ascéticas do protestantismo, a riqueza, quando adquirida no trabalho cotidiano, metódico e racional, constituía, segundo Weber (...), um dos sintomas de comprovação do estado de graça do indivíduo, ou de sua eleição à vida eterna. A riqueza obtida, porém, era consequência não intencional, não prevista, da severa disciplina religiosa do eleito. Disciplina que se manifestava em sua extrema dedicação ao trabalho, que via como vocação divinamente inspirada, e em sua conduta diária, baseada na abstinência dos prazeres e das paixões deste mundo e no desinteresse pelas coisas materiais. Na ótica weberiana, a acumulação primitiva do capital resultara, entre outros fatores, justamente da ética puritana, que interditava ao fiel qualquer modalidade de consumo supérfluo (MARIANO, 2010, p. 184,185).

Ao se comparar a noção de prosperidade dos puritanos e dos adeptos da Teologia da Prosperidade, claramente percebe-se essa distinção, já que para os puritanos a prosperidade era sinal da eleição de Deus sobre suas vidas e não tinha o sentido de acumulação, mas sim de se deixar bens para a posteridade, ao contrário dos adeptos da teologia em questão.

Ao comparar a Teologia da Prosperidade praticada e propagada por muitos movimentos religiosos, principalmente pelos neopentecostais, Mariano (2010, p.185) afirma:

No neopentecostalismo, o crente não procura a riqueza para comprovar seu

estado de graça. Não se trata disso. Como todos os demais, crentes e incrédulos, ele quer enriquecer para consumir e usufruir de suas posses nesse mundo. Sua motivação consumista, notadamente mundana, foge totalmente ao espírito do protestantismo ascético, sobretudo de vertente calvinista (MARIANO, 2010, p.185).

Campos (1997) em sua obra *Teatro, Templo e Mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal* (1997), analisa a Igreja Universal do Reino de Deus, maior representante brasileira da Teologia da Prosperidade, e sua relação com a sociedade de consumo. Em suas palavras:

[...]Há indícios de que o Neopentecostalismo, em especial a Igreja Universal, representa uma acomodação das crenças originalmente protestantes ao sistema de mercado, que agora pode dispensar a famosa “ética protestante”, ligada às origens do capitalismo e à prática de uma poupança ascética, segundo tese de Max Weber, e substituí-la por uma ética de consumo compulsório (CAMPOS, 1997, p. 176).

Nessa teologia o consumo é obrigatório e sinal do relacionamento do fiel com Deus. Esse relacionamento está na maioria das vezes baseado em questões econômicas. Dessa forma, “as bênçãos divinas são traduzidas e ‘comprovadas’ pelo aumento da prosperidade econômica” (SUNG, 2005, p.35). Caso ocorra o contrário, não haja a prosperidade, a culpa jamais recai sobre a igreja, ou o pregador que fez a promessa caso houvesse a contribuição financeira. O problema está sempre no fiel, que provavelmente não teve fé na hora de sua contribuição, ou está com algum pecado secreto. Para os crentes que tem fé (contribuem financeiramente), Deus tem preparado o melhor:

Deus colocou aqui na Terra todo o gado, toda a prata e todo o ouro. É razoável pensar que Ele fez tudo isso somente para os ímpios? É certo que o Pai ama os pecadores, mas será que Ele ama os transgressores mais do que os próprios filhos? Não. O Senhor pôs todas essas coisas à disposição do Seu povo. Nós cristãos, não temos necessidade de sofrer reveses financeiros; nem precisamos ser cativos da pobreza ou da enfermidade! Deus proverá a cura e a abundância para os Seus filhos se estes obedecerem aos Seus mandamentos (HAGIN, s.d., p.80).

Segundo esse conceito apresentado pelo principal propagador mundial da Teologia da Prosperidade, o fiel não poderá passar por qualquer tipo de adversidade em qualquer área de sua vida,

pelo contrário, Deus preparou o melhor para ele, já que “a vontade do Altíssimo é que Seus filhos comam excelentes alimentos, vistam as mais belas roupas e dirijam ótimos carros, é porque o Senhor anseia que Seus filhos tenham o melhor de tudo[...]” (HAGIN, s.d, p. 81). Assim, não basta ter qualquer carro, ou casa, ou roupas, o fiel tem que ter o melhor.

Todas essas benesses podem ser alcançadas através da contribuição financeira à igreja. Edir Macedo afirma em seus discursos que a fé (que leva o fiel a ofertar) é a única moeda de troca para que as bençãos materiais e espirituais sejam recebidas. Desse modo, quando o fiel contribui, Deus fica com a obrigação de atendê-lo, por isso Macedo afirma que: “O ditado popular de que ‘promessa é dívida’ se aplica também para Deus” (MACEDO, 1996, p. 36). Dentre os eloquentes pregadores da Prosperidade destacamos o televangelista estadunidense Morris Cerullo que já esteve várias vezes no Brasil inclusive em rede nacional no programa do pastor Silas Malafaia onde em uma dessas ocasiões prometeu prosperidade aos fiéis que ofertassem a quantia de R\$ 911,00. Assim como os outros pregadores da Teologia da Prosperidade afirma que Deus tem compromisso em abençoar seus filhos fiéis e para isso tiraria as riquezas dos não crentes e daria para os “justos”(contribuintes):

Agora é o tempo da grande transferência final de riqueza. Eu creio que Deus está se preparando para liberar o maior fluxo de riqueza de um lugar para outro na história da humanidade! Agora é o tempo para a riqueza dos ímpios ser transferida para os justos! (CERULLO, 2009, p. 54).

Esse discurso de vitória financeira em troca da contribuição do fiel é a mola propulsora dessa teologia já que une o desejo de fazer parte da sociedade como um consumidor ativo, além de gerar no crente um senso de pertencimento. Assim na lógica desse sistema a espiritualidade do fiel é medida por seus recursos financeiros perante sua comunidade de fé. As lideranças que ensinam essa teologia tem que ser exemplos de uma vida financeira próspera e por isso fazem questão de ostentar seus bens. Nessa lógica tudo parece se encaixar perfeitamente, até mesmo diante de questões controversas como, por exemplo, ao serem indagados sobre seu estilo de vida e sobre as condições econômicas de Jesus, os pregadores da Prosperidade se defendem usando um discurso quase uniforme. Eles afirmam que:

[...] muitos crentes confundem humildade com pobreza. Um pregador certa vez me disse que fulano possuía humildade, porque andava num carro muito velho. Repliquei: "Isso não é ser humilde — isso é ser ignorante!" A idéia que o

pregador tinha de humildade era a de dirigir um carro velho. Um outro observou: "Sabe, Jesus e os discípulos nunca andaram num Cadillac." Não havia Cadillac naquela época. Mas Jesus andou num jumento. Era o "Cadillac" da época — o melhor meio de transporte existente. Os crentes têm permitido ao diabo lesá-los em todas as bênçãos que poderiam usufruir. Não era intenção de Deus que vivêssemos em pobreza. Ele disse que éramos para reinar em vida como reis. Quem jamais imaginaria um rei vivendo em estrita pobreza? A ideia de pobreza simplesmente não combina com reis (HAGIN, s.d., 48.).

Recentemente a revista Forbes, baseada em dados do Ministério Público e da Polícia Federal, divulgou uma lista contendo os pastores mais ricos do Brasil. O interessante é que todos os primeiros colocados nessa lista são pregadores da teologia da prosperidade. De acordo com a revista eletrônica da Forbes,

[...]o Bispo Edir Macedo, por exemplo. O fundador e líder da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), que tem templos até em outros países, é de longe o pastor mais rico do país, com uma renda estimada em US\$ 950 milhões. [...] Como escritor, ele tem mais de 10 milhões de livros vendidos, alguns deles muito críticos à Igreja Católica e às religiões afrodescendentes. Seu maior passo foi dado no final dos anos 80, quando comprou a Rede Record. Suas outras propriedades incluem o jornal "Folha Universal", empresas de música, propriedades e um jatinho particular Bombardier Global Express XRS, de US\$ 45 milhões. [...]Valdemiro Santiago é um ex-bispo da Igreja Universal, expulso da instituição após desentendimentos com o chefe. Foi o bastante para ele fundar a sua própria igreja, a Mundial do Poder de Deus, que tem mais de 900.000 fiéis e 4.000 templos[...]. Ele foi destaque na imprensa no ano passado quando comprou um jatinho igual ao do ex-mestre. Diversas revistas brasileiras estimam que a sua renda chegue a US\$ 220 milhões.[...] Em terceiro lugar, está o líder da Assembleia de Deus, maior igreja Pentecostal do Brasil, Silas Malafaia. [...] Em 2011, o pastor – que tem uma renda estimada em US\$ 150 milhões – lançou a campanha Clube de 1 Milhão de Almas, que pretende levantar R\$ 1 bilhão para a sua igreja com intuito de criar uma rede de televisão global que possa ser transmitida em 137 países. Os interessados podem doar valores que começam em R\$ 1.000 e podem ser pagos em parcelas. Em troca, ganham um livro. Possivelmente o mais ativo na mídia no Brasil, R.R. Soares é o fundador da Igreja Internacional da Graça de Deus. Também ex-pastor da IURD e cunhado de Macedo, o missionário é considerado o mais humilde entre eles. Seu jatinho

privado, um King Air 350, custa apenas US\$ 5 milhões. A sua fortuna é estimada, também por diversas publicações, em US\$ 125 milhões. [...] O casal fundador da Igreja Renascer em Cristo, o apóstolo Estevam Hernandes Filho e a bispa Sônia, têm mais de 1.000 templos no Brasil e até alguns na Flórida. Com uma fortuna estimada em US\$ 65 milhões por diversas revistas brasileiras[...] (ANTUNES, 27/01/2013).

Percebe-se que o discurso ascético que outrora prevaleceu no cristianismo, sucumbiu perante a lógica da Sociedade de Consumo.

PODERIA A RELIGIÃO SER AFETADA PELA SOCIEDADE DE CONSUMO?

Considerada uma das obras mais brilhantes produzidas no século XX, a *Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* (1904,1905), do sociólogo alemão Max Weber, já destacava a influência que a Ética Protestante teve no surgimento e na expansão do capitalismo, já que procurou investigar os motivos pelos quais o capitalismo se desenvolveu mais em países de confissão protestante, e os motivos pelos quais a riqueza estava concentrada nas mãos dos protestantes. Desde então, alguns sociólogos procuraram investigar a relação entre religião e sociedade. Dentre os teóricos que se empenharam em estabelecer essa relação destacamos o polonês Zigmunt Bauman que afirmou:

A religião e a sociedade são uma só; a sociedade sem religião fica incompleta e condenada, incapaz de se defender perante seja que tribunal for. Garante de todas as significações, mas sem sentido ela própria — suporte de todos os fins, mas ela própria sem finalidade —, a sociedade perderia o processo no momento em que fosse intimada a defender-se, acusada da autoria e da responsabilidade dos seus atos. Se não somos capazes de nos confrontar com o Abismo, é varrê-lo do nosso campo de visão o melhor que temos a fazer. E é isso precisamente o que faz a sociedade/religião (BAUMAN, 2007, p. 26).

Essa relação entre religião e sociedade, conforme apresentada por Bauman, explica a capacidade de influência que uma tem sobre a outra ainda em tempos de secularização. Ainda que a religião tenha perdido sua capacidade de determinar condutas e valores na sociedade pós-moderna, a secularização não é seu fim. Hervieu-Leger (apud PORTELLA, 2006, p. 73) explica que “[...] a

religião não termina com a secularização, mas ganha novas formas e contornos, novos sabores, numa dinâmica em que, ao mesmo tempo em que se esgota, se dilui, renasce, ressurgue e se difunde.” Da mesma forma explica Ribeiro,

O processo de secularização próprio da modernidade não produziu, como se esperava, o desaparecimento ou a atenuação das experiências religiosas. Ao contrário, tanto no campo católico como no protestante as formas pentecostais e carismáticas ganharam apego popular, espaço social e base institucional. Além disso, as religiões não-cristãs também vivenciam, no Brasil e no mundo, momentos de crescimento e de fortalecimento. As novas formas religiosas são substitutivas das tradicionais. Em um certo sentido, elas, por possuírem propostas globalizadoras e de resultados práticos e imediatos, respondem mais adequadamente ao mito moderno do progresso ilimitado (prosperidade) (RIBEIRO, 2006, p. 47).

Assim a religião mostra o seu poder de adaptação a sociedade, embora não sendo mais protagonista, consegue estar sempre adaptando seu pensamento, sua teologia e sua linguagem de acordo com o contexto vigente. Nessa nova configuração pós-secularismo,

(...) a tradição religiosa, que antigamente podia ser imposta pela autoridade, agora tem que ser colocada no mercado. Ela tem que ser “vendida” para uma clientela que não está mais obrigada a “comprar”. A situação pluralista é, acima de tudo, uma situação de mercado. Nela, as instituições religiosas tornam-se agências de mercado e as tradições religiosas tornam-se comodidades de consumo. E, de qualquer forma, grande parte da atividade religiosa nessa situação vem a ser dominada pela lógica da economia de mercado (BERGER, 1985, p. 149).

Conforme explica Berger, a religião tornou-se um produto a ser apresentado na sociedade de consumo à disposição da clientela. Percebe-se que nessa dinâmica ocorrem rupturas e ressignificações com a tradição, a fim de se adequar aos padrões sociais vigentes.

Não existe lugar para o pobre, isso porque em uma sociedade de consumo acaba-se criando um tipo de aristocracia do consumismo, onde os pobres são considerados “antes e acima de tudo consumidores falhos, incapazes de tirar vantagem dos tesouros tantalizantemente exibidos a seu alcance, frustrados antes mesmo de experimentar”(BAUMAN, 1998, p.227). Mesmo sem poder de

compra o pobre continua sendo atingido pelos estímulos ao consumo.

Nesse processo de adaptação e alternância de valores, alguns pensamentos que outrora eram evitados ou condenados pela religião cristã como, por exemplo, o hedonismo, o individualismo, a ostentação, entre outros, passam a ser sacralizados e legitimados na religião principalmente através da Teologia da Prosperidade.

O termo legitimação quando aplicado à religião diz respeito a capacidade que a religião tem em tornar legítimo, ou sagrado aquilo que antes era profano. Para Peter Berger,

[...]a religião foi historicamente o instrumento mais amplo e efetivo de legitimação. Toda legitimação mantém a realidade socialmente definida. A religião legitima de modo tão eficaz porque relaciona com a realidade suprema as precárias construções da realidade erguida pelas sociedades empíricas (BERGER, 1985, p. 45).

Em sua obra *Sementes de Esperança*, Jung Mo Sung diz que as igrejas cristãs tem que escolher entre se moldarem à sociedade de consumo, legitimando suas práticas para assim alcançarem crescimento numérico, ou se tornam fiéis à proposta inicial do Evangelho que era a de anunciar as boas novas aos pobres e excluídos, dois caminhos completamente opostos. Caso a escolha seja a primeira, o autor chama isso de uma “forma de falsidade ideológica, pois coloca-se a ‘assinatura’ ou o ‘carimbo’ de Deus naquilo que na verdade é um mero desejo humano que reproduz valores dominantes na sociedade” (SUNG, 2005, p.19).

Dessa forma entendemos que a religião, principalmente a que se expressa através da Teologia da Prosperidade obtém sucesso na atualidade devido sua capacidade de escolha em se amoldar a sociedade de consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista o que foi desenvolvido neste artigo é possível concluir que a Teologia da Prosperidade é uma religião que possui estreita relação com a Sociedade de Consumo. Desde o estudo sobre suas raízes percebemos que não provém do cristianismo, mas dos movimentos metafísicos do início do século XX, sendo incorporada gradativamente pelo Pentecostalismo. No Brasil teve êxito ao ser abraçada pelo Neopentecostalismo e se amoldar às necessidades de uma sociedade que deseja

desfrutar as benesses que o consumismo pode proporcionar.

Ao romper com os conceitos da religião tradicional e adaptá-los à lógica da Sociedade de Consumo podemos afirmar que se torna sua principal representante na área da religião. Bem diferente da mensagem de Jesus esse tipo de teologia exclui o pobre que é visto como um consumidor falho.

Percebemos que a Teologia da Prosperidade é o que se pode chamar de religião secularizada, já que por trás de toda áurea de espiritualidade é a que melhor espelha a Sociedade de Consumo. Certamente este breve artigo não tem como pretensão esgotar o tema, mas apenas apontar caminhos para discussões futuras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Livia. *Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: As consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

_____. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

_____. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 8.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

CAMPOS, Leonildo Silva. *Teatro, Templo e Mercado: Organização e Marketing de um Empreendimento Neopentecostal*. 2. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes; São Paulo: Simpósio Editora e Universidade Metodista de São Paulo, 1997.

CARNEIRO, Marcelo. *Dólar até na Bíblia*. Revista Veja. São Paulo: Editora Abril, edição 1991, ano 40, n.º 2, p.48, 2007.

CUNHA, Magali do Nascimento. *A Explosão Gospel: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad X: Instituto Mysterium, 2007.

FRESTON, Paul. *Breve história do pentecostalismo brasileiro*. In: ANTONIAZZI, Alberto *et al.* Nem anjos nem demônios. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. *Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment*. 303p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Campinas, SP: IFCH-Unicamp. 1993.

- SIEPIERSKI, Carlos T. *“De bem com a vida”*: O sagrado num mundo em transformação. Um estudo sobre a Igreja Renascer em Cristo e a presença evangélica na sociedade brasileira contemporânea. 2001. 226p. Tese (Doutorado em Antropologia Social). São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letra e Ciências Humanas-USP.
- HANEGRAAFF, Hank. *Cristianismo em crise*. 4.ed. São Paulo: CPAD, 2006.
- MACEDO, Edir. *Nada a Perder: Momentos de convicção que mudaram a minha vida*. São Paulo: Planeta, 2012.
- _____. *O Dinheiro é um bem*. [14 de nov. de 1990]. São Paulo: Revista Veja. Entrevista concedida a J. A. Diaz Lopes. p. 5.
- _____. *Como Tomar Posse da Bênção*. 5a. ed. São Paulo: Graça Editorial, 1997.
- MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2010.
- McCONNELL, D.R. *A different gospel – A historical and biblical analysis of the modern faith*. Peabody: Hendrickson, 1988.
- PIERATT, Alan. *O evangelho da prosperidade*. São Paulo: Vida Nova, 1993.
- ROMEIRO, Paulo. *Super Crentes: O evangelho segundo Kenneth Hagin, Valnice Milhomens e os profetas da prosperidade*. 2.ed. rev. São Paulo: Mundo Cristão, 2007.
- _____. *Decepcionados com a graça: esperanças e frustrações no Brasil neopentecostal*. São Paulo: Mundo Cristão, 2005.
- _____. *Evangélicos em Crise: Decadência doutrinária na igreja brasileira*. São Paulo: Mundo Cristão, 1999.
- ROSSI, Luiz Alexandre Solano. *Jesus vai ao McDonald's: teologia e sociedade de consumo*. São Paulo: Fonte Editorial, 2008.
- SANCHEZ, Wagner Lopes. *Espiritualidade do Consumo*. Em: VILHENA, Maria Angela; PASSOS, João Décio (orgs.). *Religião e Consumo: Relações e discernimento*. São Paulo: Edições Paulinas, 2012.
- SUNG, Jung Mo. *Desejo, Mercado e Religião*. 4.ed. São Paulo: Fonte Editorial, 2010.
- _____. *Sementes de Esperança: A fé em um mundo em crise*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.
- WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. 14ª ed. São Paulo: Editora Pioneira, 1999.

FONTES ELETRÔNICAS

ANTUNES, Anderson. *Bispo Edir Macedo é o pastor mais rico do Brasil com uma fortuna de US\$ 950 milhões*. Disponível em: < <http://forbesbrasil.br.msn.com/negocios/bispo-edir-macedo-%C3%A9-o-pastor-mais-rico-do-brasil-com-uma-fortuna-de-usdollar-950-milh%C3>

B5es > Acesso em 10 jan. 2013.

Apóstolo ministra oferta que traz transformação. Portal Igospel, 01 dez. 2012. Disponível em: <http://www.igospel.org.br/br/noticia.php?m=*0C111B03285FD26822F2F36EDB59B0CAC3CAF89> Acesso em: 10 jan.2013.

BARBIERI JUNIOR, Walter. *A Troca Racional com Deus: A Teologia da Prosperidade praticada pela Igreja Universal do Reino de Deus analisada pela perspectiva da Teoria da Escolha Racional*. 2007. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4485> Acesso em: 20 abr. 2012.

CAMPOS, Leonildo Silveira. *As origens norte-americanas do pentecostalismo brasileiro: observações sobre uma relação ainda pouco avaliada*. Revista USP, São Paulo, n.67, p.113, set./nov. 2005. Disponível em: < <http://www.usp.br/revistausp/67/08-campos.pdf> > Acesso em: 17 jan. 2012.

CUNHA, Magali do Nascimento et al. *Discurso religioso, hegemonia pentecostal e mídia no Brasil. A presença televisiva do Pastor R. R. Soares: um estudo de caso*. Revista Caminhando. v.13, n.21, p.87-96, jan-mai, 2008. Disponível em: <<http://www.metodista.br/ppc/caminhando/ppc/caminhando/caminhando-21/caminhando-21b/discurso-religioso-hegemonia-pentecostal-e-midia-no-brasil-a-presenca-televisiva-do-pastor-r-r-soares-um-estudo-de-caso/>>. Acesso em: 10 out. 2010.

HERVIEU-LÉGER, Danièle. *Igreja Universal faz 35 anos e conquista milhões de fiéis em quase 200 países*. R7.com. 19 ago. 2012. Disponível em <<http://noticias.r7.com/brasil/noticias/igreja-universal-faz-35-anos-e-conquista-milhoes-de-fieis-em-quase-200-paises-20120819.html>> Acesso em: 28 dez. 2012.

JARDIM, Lauro. *30 milhões de reais*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/radar-online/tag/valdemiro-santiago/>. Acesso em: 12 fev. 2013. 21 de fev. de 2012.

LOES, João; CARDOSO, Rodrigo. *O Declínio da igreja da bispa Sônia*. Revista Isto é Independente on line, 9 set. 2011, edição 2183. Disponível em:

http://www.istoe.com.br/reportagens/158676_O+DECLINIO+DA+IGREJA+DA+BISPA+SONIA > Acesso em:

22 jan.2013.

Medição do Datafolha revela público menor que o estimado pela organização que apontava mais de 5 milhões. Datafolha Instituto de Pesquisas, 14 jul. 2012. Disponível em:

http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=1205 Acesso em: 21dez. 2012.

PINHEIRO, Daniela. *Vitória em Cristo.* Revista Piaui. Set. 2011. Edição 60, anais da religião.

Disponível em <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-60/anais-da-religiao/vitoria-em-cristo>>.

Acesso em 26 dez. 2012.

PORTELLA, Rodrigo. *A religião na sociedade secularizada: urdindo as tramas de um debate.* Numen:

revista de estudos e pesquisa da religião, Juiz de Fora, v. 11, n. 1 e 2, p.33-53. Disponível em

<[http://www.editoraufjf.com.br/revista/index.php/numen/](http://www.editoraufjf.com.br/revista/index.php/numen/article/revista/) article/revista/

[index.php/numem/articlde/view/1001](http://www.editoraufjf.com.br/revista/index.php/numem/articlde/view/1001)> Acesso em: 10 fev. 2013.

PORTELLA, Rodrigo. *Religião, sensibilidades religiosas e pós-modernidade. Da ciranda entre*

religião e secularização. In: Revista de Estudos de Religião. SãoPaulo: n. 2, p. 71-87, 2006.

www.pucsp.br/rever/rv2_2006/p_portella.pdf.

RIBEIRO, Cláudio de Oliveira. *O que um cristão precisa saber sobre a teologia da*

prosperidade. Disponível em:<<http://www.metodista.br/ppc/caminhando/caminhando19/caminhando-19-1/o-que-um-cristao-precisa-saber-sobre-a-teologia-da-prosperidade-1>>. Acesso em: 12 mar. 2012.

SANCHES, Mariana; MENDONÇA, Ricardo; ARINI, Juliana. *Milagres e Milhões.* Revista Época. 27

de mar. 2010. Disponível em <[http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI129503-](http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI129503-15223,00.html)

[15223,00.html](http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI129503-15223,00.html)> Acesso em 1 dez. 2012.

SCHWERINER, Mário E. René. *O Consumismo e a Dimensão Espiritual das Marcas: uma análise*

crítica. 2008.171p.Tese (Doutorado em Ciências da Religião). São Bernardo do Campo, SP: UMESP.

Disponível em: [http://ibict.metodista.br/teseSimplificado/tde_arquivos/6/TDE-2008-07-](http://ibict.metodista.br/teseSimplificado/tde_arquivos/6/TDE-2008-07-02T084157Z530/Publico/Tese%20%20Mario%20Rene%20Schweriner.pdf)

[02T084157Z530/Publico/Tese%20%20Mario%20Rene%20Schweriner.pdf](http://ibict.metodista.br/teseSimplificado/tde_arquivos/6/TDE-2008-07-02T084157Z530/Publico/Tese%20%20Mario%20Rene%20Schweriner.pdf). Acesso em 1 fev. 2013.

SIEPIERSKI, Carlos. *Fé, Marketing e espetáculo.* A dimensão organizacional da Igreja Renascer em

Cristo.Civitas – Revista de Ciências Sociais v. 3, nº 1, jun. 2003. Disponível

em:<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/viewFile/113/109>>.Acesso em

21jun.2012.

SOUSA, Ronaldo José de. *Religião e Sociedade de Consumo: A relação entre religião e consumismo*

moderno a partir da prática da Comunidade Carismática Canção Nova. s.d., Disponível em:

<<http://dc338.4shared.com/doc/q-zYA0cd/preview.html>>. Acesso em: 3 fev. 2013.