



Entre o discurso religioso e o “des-curso” das intolerâncias: pluralismo, mercado e disputa institucional midiática – um episódio brasileiro

Victor Breno Farias Barrozo¹

Secularização como dissolução e pluralização do campo religioso

O tema da secularização tem ocupado nos últimos anos a pauta das reflexões dos estudiosos do fenômeno religioso. Ela tem sido um conceito-chave na leitura das transformações ocorridas nas sociedades modernas, e em particular, na religião. Todavia, ele não é um conceito unívoco. O termo é polissêmico e é diferentemente compreendido por pessoas diferentes.

De uma maneira geral, a teoria da secularização surge originalmente como intuição dos clássicos da sociologia. Marx falava de *emancipação*, enquanto Durkheim sublinhava o termo *secularização* e, posteriormente, Weber diria do *desencantamento* do mundo. Influenciados por um substrato evolucionista, estes sociólogos apontaram para o desaparecimento da religião com o advento da modernidade racionalista que solaparia progressivamente os fundamentos místicos da sociedade, dando lugar a objetividade científica e ao critério lógico na organização da vida.

Todavia, este posicionamento teórico não nos é suficiente ou adequado para compreender o que de fato está acontecendo no cenário religioso contemporâneo. Sendo assim, fizemos uma opção teórica por dois sociólogos, que em nossa compreensão, apresentam perspectivas teóricas complementares e que nos auxiliam para entender o conceito da secularização. O primeiro delas é oferecido pela socióloga francesa Dàniele Hervieu-Léger. Segundo a autora:

A secularização não consiste no desaparecimento da religião confrontada a modernidade: é o processo de reorganização constante do trabalho da religião numa sociedade estruturalmente impotente de

¹ Doutorando pelo programa de pós-graduação em Ciências das Religiões pela UFPB. Mestre em Ciências da Religião pela PUC Minas, por onde também é especialista. Pós-graduado em Sociologia pela UGF. Membro da Associação Brasileira de História das Religiões (ABHR). Email: victorbrenofb@gmail.com



preencher as expectativas que suscitar para existir como tal (HERVIEU-LÉGER, 2008b, p. 227).

Todavia, diferentemente do que se acreditou nas teorias positivistas clássicas, a secularização não significou o *desaparecimento da religião*. Pelo contrário, ela é um movimento intenso de reorientação da dinâmica religiosa no interior da sociedade, que não aponta para o fim da experiência religiosa, mas sim, para uma nova forma de organizar-se. Mas em que consiste essa reestruturação? Ainda, segundo Hervieu-Léger (2008a, p. 37), o processo de secularização:

Combina, de maneira complexa, a perda da influência dos grandes sistemas religiosos sobre uma sociedade que reivindica sua plena capacidade de orientar ela mesma seu destino, e a recomposição, sob uma forma nova, das representações religiosas que permitiram a esta sociedade pensar a si mesma como autônoma.

Nas sociedades contemporâneas, a reorientação da religião diz respeito à dissolução do monopólio religioso e da influência religiosa. Se anteriormente a religião católica geria predominantemente as esferas de realidade da vida e dava a elas significado, agora, perde sua capacidade de reger o todo social. É relegada a esfera privada dos indivíduos e se torna uma entre outras instituições da sociedade.

Nosso segundo teórico, Peter Berger já apontava também para essa realidade quando afirmava que a secularização é o “fim dos monopólios das tradições religiosas” (1985, p.146). e a “o processo pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religioso” (1985, p.119). A religião perde sua plausibilidade e força de coesão social tornando-se conteúdo exclusivamente privado. Para Berger (1985, p.163):

Essa situação representa uma severa ruptura com a função social tradicional da religião, que era precisamente estabelecer um conjunto integrado de definições de realidade que pudesse servir como um universo de significado comum aos membros de uma sociedade. Restringe-se assim o poder que a religião tinha de construir o mundo ao da construção de mundos parciais, universos fragmentários, cuja estrutura de plausibilidade, em alguns casos, pode não ir além do núcleo familiar.

Além de reforçar e reinterar a dissolução diferida pela secularização sobre a religião, Berger também nos aponta para outro ponto importante. Com a derrocada da hegemonia religiosa entramos numa situação de pluralismo religioso. Não apenas uma organização religiosa conferiria sentido



e significado para o mundo, mas agora, a possibilidade de múltiplas expressões religiosas.

A secularização fragmenta o campo religioso gerando uma realidade plural e multifacetada. Existe nesse momento a possibilidade da livre vivência religiosa, ou até mesmo de abster-se dela. Emergem diferentes grupos religiosos com propostas e visões de mundo que se diferenciam entre si e passam a conviver num mesmo ambiente. Esta nova situação de pluralismo, de variadas possibilidades, passa a organiza-se a partir da lógica do mercado. Seguindo o que convencionalmente passou a ser chamado de *paradigma do mercado religioso*, Berger (1985, p. 149) afirma que:

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 bens de consumo. E, de qualquer forma, grande parte da atividade religiosa nessa situação vem a ser dominada pela lógica da economia de mercado.

A pluralização significa paralelamente o movimento de auto-organização das religiões sob a referência do mercado. Os elementos religiosos passam a ser objeto de consumo e apropriação individualizado do bem religioso. A partir de agora, o *ethos* de consumo será a lógica organizadora e dinamizadora do cenário religioso.

Nesta nova realidade, as organizações religiosas têm de repensarem a si mesmas no intuito de poderem oferecer adequadamente seus serviços religiosos. Passam por um processo de racionalização, burocratizam-se e começam a se comportar de modo que possam produzir bens simbólicos que atendam a demanda do campo.

Temos então, descortinando diante de nós o fim de uma época religiosa, marcada pela centralização monolítica do poder e influencia religiosa, e o surgimento de um campo reordenado, plural, autônomo e que se estrutura a partir dos princípios de mercado. O professor Guerra (2003, p.1-2) já reiterava esse ponto quando nos diz que:

Nos contextos de pluralismo acentuado em que vivemos, passou o tempo em que as instituições religiosas podiam propor a sociedade um conjunto de exigências relativas à fé e aos comportamentos esperando uma aceitação social imediata. Nas sociedades contemporâneas, em que os indivíduos são crescentemente orientados para decidir livremente a respeito de que modelo de religiosidade vão adotar (quando escolhem um), o que as organizações religiosas oferecem tem que ser atrativo para os



potenciais consumidores. [...] Essa dependência das instituições religiosas em relação à vontade dos consumidores parece variar de maneira diretamente proporcional ao nível de competição em um dado mercado religioso e também se relaciona com as mudanças no papel social da religião na vida dos indivíduos, que têm produzido, entre outras coisas, uma tendência que aponta para um consumo fragmentário de religiosidade.

Sendo a lógica de mercado uma chave que nos possibilita entender a movimentação e conflitos existentes no horizonte religioso nacional, queremos desenvolver um pouco mais suas características e de que modo compõe um quadro novo onde estas disputas se tornam quase inevitáveis.

As instituições religiosas sob o imperativo do mercado religioso

A secularização desestabiliza o monopólio religioso gerando um cenário plural e múltiplo de expressões religiosas. Nesta condição, de fragmentação do campo as religiões são postas num ambiente de mercado religioso, em que tem de utilizarem-se das lógicas de mercado e passam a viver em conflitos em relação aos bens simbólicos que oferecem. Sobre isso, o professor Portella (2006,p.46) diz que:

A secularização, assim, revela o pluralismo religioso, e vice-versa, onde se rompem monopólios religioso de um único cosmos sagrado e se implanta o regime de concorrência entre os diversos agentes religiosos. [...] Dessa forma, cada religião/instituição deve-se lançar no “mercado religioso” como uma entre outras, usando as operações da economia de mercado, se adaptando as demandas e, assim, tendo mesmo que modificar, no limite, certos traços seus até então intocados. Sem querer exagerar, poderíamos dizer que, se antes, a religião moldava o indivíduo e seu mundo, hoje a tendência se inverte.

O campo religioso plural é resultado de sua secularização. As múltiplas expressões religiosas demonstram o encerramento de um período de hegemonia institucional e sua fragmentação. É nesse ambiente de múltiplas ofertas religiosas que as instituições se vêm diante de um grande desafio, de terem que conseguir adeptos no meio de tantas opções. Assim, as religiões são levadas a disputar seus fiéis-clientes assim como acontece com as instituições de mercado secular. Santana (2005, p.62-64) comenta que:

Para conseguir a adesão dos fiéis-clientes, a religião tem que agora usar da lógica da economia de mercado, pois o pluralismo religioso é uma situação de mercado. As tradições religiosas podem ou não ser assumidas como comodidades de consumo. Além disso, as tradições religiosas têm que disputar a “definição da realidade com rivais socialmente poderosos e legalmente tolerados [...] No pluralismo as estruturas de plausibilidade são multiplicadas, relativizadas e entram em concorrência. Os conteúdos religiosos passam a ser privados,



individuais e passam a se referir à existência individual, a história de vida. A pluralidade faz com que os grupos religiosos busquem cada qual manter seu fragmento frente aos outros fragmentos do mundo. Assim, as possibilidades de legitimações são muito variadas sem serem seguras. O indivíduo escolhe a legitimação, se certifica dela e a legitima com dados existenciais para si mesmo.

Nesta condição, as organizações religiosas são relativizadas e entram em concorrência. A escolha religiosa passa a ser pessoal e as experiências espirituais passam se tornar privados. Agora cada religião quer manter seu cosmos diante de outros cosmos, afirmando sua legitimidade. Neste contexto, as estruturas de plausibilidade religiosa tendem a disputar acirradamente seus fiéis.

No caso brasileiro, as transformações de modernização do país afetaram o campo religioso, trazendo a secularização para a cena. Patriota (2005, p.2) afirma que:

O processo de secularização do Estado brasileiro, cujo ato decisivo foi a separação republicana da Igreja Católica, resultou na liberdade religiosa, no pluralismo religioso e, conseqüentemente, na formação de vasto mercado religioso. [...] A situação pluralista é, acima de tudo, uma situação de mercado. E as tradições religiosas tornam-se bens de consumo.

A partir deste momento, de pluralização decorrente da secularização do campo brasileiro, as instituições religiosas entram num mercado religioso e tem de disputar a clientela de fiéis. Passam então a investirem em propagandas de marketing, arraigam-se de elementos publicitários para legitimarem seu discurso e prática.

Todavia, como veremos agora frente, essa concorrência é marcada por conflitos e confrontos que acirram a convivência de tradições diferentes promovendo um clima de digladição, utilizando-se principalmente da mídia.

Concorrência e conflito do campo religioso: um caso brasileiro

Entre as dinâmicas que ordenam a realidade do campo religioso brasileiro, a competição entre as instituições ocupa um lugar central dos eventos neste ambiente. A concorrência religiosa não é algo nova. Todavia, a intensidade das disputas por legitimação, manutenção e expansão das estruturas eclesiais no Brasil tem conferido intensos conflitos, sendo a mídia a plataforma de confrontos destas.



Embora o status da secularização do campo brasileiro seja diferente do que acontece, por exemplo, na Europa, não se pode negar certo efeito nestes lados de caso. Como já demonstramos anteriormente, a secularização não representou no Brasil o *fim da religião*, mas, seu reordenamento, a partir da fragmentação e dissolução do monopólio religioso existente passamos a viver num ambiente de mercado religioso, onde as organizações religiosas passam a disputar um espaço na oferta de seus bens simbólicos. O sociólogo Ricardo Mariano (2002) afirma que neste cenário:

O pluralismo religioso tende a acirrar a competição religiosa, uma vez que, para conquistar prosélitos, recursos, poder e reconhecimento social, isto é, para defender seus interesses institucionais em face da concorrência, cada grupo religioso se vê crescentemente compelido a mobilizar seus agentes leigos e eclesiásticos, a exigir deles maior fidelidade, empenho, dedicação, eficiência, dinamismo e militância, a empregar métodos e estratégias do evangelismo mais atraentes e eficazes.

A pluralização só é possível num campo secularizado. E um campo plural é um campo de mercado religioso, e, conseqüentemente de disputa religiosa. Como afirma Mariano, as organizações religiosas passam agora a lutar por reconhecimento e busca de seus interesses institucionais.

E para ilustrar a incidência desse fenômeno no campo brasileiro queremos citar o recente conflito midiático entre o Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), e o Apóstolo Valdemiro Santiago, da Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD). Recorreremos aqui ao sociólogo francês Pierre Bourdieu, na tentativa de encontrar nele ferramentas analíticas na compreensão deste nosso caso específico.

Segundo veiculado por toda grande mídia, e em particular tomando aqui uma reportagem da *Revista Veja*², os dois líderes vem se digladiando de forma violenta por meios televisivos na busca de *legitimação religiosa*.

Para Bourdieu (2009, p. 50), esse conflito entre os “especialistas que monopolizam a gestão dos bens de salvação” representa “as relações de *concorrência* que opõem os diferentes especialistas no interior do campo religioso, constituem o princípio da dinâmica do campo religioso e também

² COUTINHO, Leonardo. O diabo entra na briga entre Edir Macedo e Valdemiro. *Revista Veja*, 2012. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/o-diabo-entra-na-briga-entre-edir-macedo-e-valdemiro>, consultado em 26/06/2012.



das transformações da ideologia religiosa”. É um processo próprio a esta estruturação do campo.

Com a perda de espaço religioso da IURD para a igreja do Apóstolo Valdemiro, o Bispo Edir Macedo valeu-se de estratégias mercadológicas utilizando semântica religiosa na tentativa de resgatar sua *legitimidade religiosa*. Bourdieu diz:

O tipo de legitimidade religiosa que uma instância religiosa pode invocar depende da posição que ocupa num determinado estado das relações de força religiosas, na medida em que esta posição determina a natureza e a força das armas materiais ou simbólicas que os diferentes agentes em competição pelo monopólio do exercício legítimo da violência religiosa podem utilizar nas relações de força religiosas.

Considerando a posição que determinada instituição religiosa possuía dentro de um campo, e vendo-se ameaçada, utiliza-se de armas simbólicas no exercício do monopólio religioso legítimo. Assim, é intuitivo pensar que com a defasagem de membros para a IMPD, o Bispo Macedo comece a se valer de um exercício violento de desqualificação de seu oponente religioso. Ainda Bourdieu (2009, p.88):

A concorrência pelo poder religioso deve sua especificidade ao fato de que seu alvo reside no monopólio do exercício legítimo do poder de modificar em bases duradouras e em profundidade a prática e a visão do mundo dos leigos, impondo-lhes e inculcando-lhes um habitus religioso particular, isto é, uma disposição duradoura, generalizada e transferível de agir e de pensar conforme os princípios de uma visão (quase) sistemática do mundo e da existência.

Essa disputa acontece, entre outros fatores, porque estas instituições oferecem um cosmo sagrados, totalmente estabelecido de referencia e consumo para seus fiéis. Na medida em que essa estrutura “sagrada” é disputada por outro sistema de plausibilidade o conflito se instaura. Neste momento é que surgem as categorias de ortodoxia e heresia para discriminar os polos em conflito. Como Bourdieu afirmou:

uma forma particular da luta pelo monopólio que se instaura quando a Igreja detém um monopólio total dos instrumentos de salvação consiste na oposição entre a ortodoxia e a heresia que se desenvolve segundo um processo mais ou menos constante.

Com isso, esperamos ter evidenciado de que forma a secularização pluraliza o campo religioso o colocando numa lógica de mercado. Nesta lógica de consumo, as religiões são constrangidas a se reorganizarem para atender as novas demandas dos fiéis-clientes. E, na oferta de seus bens de



simbólicos, elas entram em disputa e conflito na busca de uma legitimação dentro deste cenário multifacetado.

Referências Bibliográficas

BERGER, Peter. O Dossel Sagrado. Elementos para uma Teoria Sociológica da Religião. São Paulo: Paulus, 1985.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2009.

COUTINHO, Leonardo. O diabo entra na briga entre Edir Macedo e Valdemiro. Revista Veja, 2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/o-diabo-entra-na-briga-entre-edir-macedo-e-valdemiro>>. Acesso em 26/06/2012.

GUERRA, Lemuel. As influências da lógica mercadológica sobre as recentes transformações na igreja católica. Revista de Estudos da Religião. n.2, 2003, p.1-23.

HERVIEU-LÉGER, Danièle. O peregrino e o convertido: a religião em movimento. Petrópolis: Vozes, 2008a.

HERVIEU-LÉGER, Danièle; CHAMPION, Françoise. Vers un nouveau Christianisme? Introduction à la sociologie du christianisme occidental. Paris: Cerf, 2008b.

MARIANO, Ricardo. Secularização do Estado, liberdades e pluralismo religioso. Ciudad Virtual de Antropologia y Arqueologia, 2003. Disponível em: <www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/ricardo_mariano>. Acesso em 25/06/2012.

PORTELLA, Rodrigo. A religião na sociedade secularizada: urdindo as tramas de um debate. NUMEN, Juiz de Fora, v.11, n 1 e 2, 2006, p.33-53.

TEIXEIRA, Faustino. (Org.). Sociologia da Religião: Enfoques teóricos. Petrópolis: Vozes, 2003.