

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



DCS – DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

CONSUMO DOS FIÉIS DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

*Rosa Maria Mattos¹
Everardo Rocha².*



¹Aluna de graduação do curso de Comunicação Social da PUC-Rio.

² Professor- Associado do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	3
1. CONHECENDO A UNIVERSAL	
1.1 Evangélicos e Neopentecostais e teologia da prosperidade.....	3
1.2 Igreja Universal do Reino de Deus e Nação dos 318.....	5
2. IDEOLOGIA, LINGUAGEM TELEVISIVA E GÊNEROS.....	7
3. GRANDEZAS DE DEUS	
3.1 O programa e seu público-alvo.....	10
3.2 Combinação de gêneros, entretenimento e invisibilidade do emissor.....	13
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	15
BIBLIOGRAFIA.....	16

Introdução

A “Igreja Universal do Reino de Deus é a religião que mais cresce no país desde a década de 1990, segundo dados do IBGE: passou de 269 mil fiéis em 1991, para 2,1 milhões em 2000. Nascida em 1970, a IURD é alicerçada pela Teologia da Prosperidade, importada dos Estados Unidos: conjunto de crenças que dá destaque a prosperidade terrena como sinal de fé e benção divina. Nos últimos dois anos, nos dedicamos a estudar uma sessão especial da “Igreja Universal do Reino de Deus destinada àqueles com dificuldades financeiras, o congresso empresarial “Nação dos 318 pastores”. Procuramos analisar o discurso do consumo tanto em sua versão presencial – na Catedral Mundial da Fé, em Del Castilho - como na versão televisiva, o programa “Grandezas de Deus”, veiculado na Rede TV às segundas-feiras.

Desta vez, nos lançamos ao desafio de ouvir os fiéis que garantem o sucesso de uma religião que incita tanta controvérsia e debate. Com a ajuda de entrevistas realizadas com 22 informantes, comparamos hábitos de despesa dos frequentadores da sessão “Nação dos 318” com os dados auferidos pela “Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009” publicada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e pudemos observar algumas tendências interessantes que corroboram nossas pesquisas anteriores e dados levantados pela literatura: a libertação do consumo como pecado reflete-se nas despesas dos fiéis.

Teologia da Prosperidade e “Igreja Universal do Reino de Deus

Antes de investigarmos os dados coletados com os informantes, vamos compreender em qual universo ideológico se insere a prática religiosa neopentecostal da “Igreja Universal do Reino de Deus”.

Segundo Mariano (1996) o pentecostalismo chegou ao Brasil há 99 anos, e para efeito de estudo foi dividido em três. Para facilitar a compreensão do pentecostalismo, pesquisadores passaram a ordenar esse campo religioso em três ondas. A primeira, chamada de *pentecostalismo clássico*, abrange o período de 1910 a 1950 e caracteriza-se pelo anticatolicismo, pela ênfase no dom de línguas, por radical sectarismo e ascetismo de rejeição do mundo. A segunda onda, que Mariano nomeia *pentecostalismo neoclássico*, teve início na década de 1950 e caracterizou-se pela ênfase teológica na cura divina, pelo intenso uso do rádio e pelo evangelismo itinerante em tendas de lona. A terceira onda é a *neopentecostal*, que começa na segunda metade dos anos 1970. Caracteriza-se por pregar e difundir a “Teologia da Prosperidade”, ressaltar a batalha espiritual entre Deus e o Diabo (sua comitiva de anjos decaídos e seus representantes na Terra), e a negação dos tradicionais usos e costumes de santidade que figuravam como símbolos de pertencimento ao pentecostalismo até há pouco tempo.

Do ponto de vista comportamental, os neopentecostais são os mais liberais entre os evangélicos, “haja vista que suprimiu características sectárias tradicionais do pentecostalismo e rompeu com boa parte do ascetismo contracultural tipificado no estereótipo pelo qual os crentes eram reconhecidos” (Mariano, 2004, p.124). Seus fiéis são liberados para vestir-se com roupas da moda, usar produtos de beleza, ir à praia, piscinas, teatros e cinemas, torcer por times de futebol e praticar quaisquer esportes, assistir a televisão, trocar e ouvir diferentes ritmos musicais. Permanece, no entanto, a interdição ao consumo de álcool, tabaco e drogas, e ao sexo extraconjugal e homossexual.

Ainda segundo o autor...

“(...) as igrejas neopentecostais revelam-se, entre as pentecostais, as mais inclinadas a acomodaram-se à sociedade abrangente e a seus valores, interesses e práticas. Daí seus cultos basearem-se na oferta especializada de serviços mágico-religiosos, de cunho terapêutico e taumatúrgico, centrados em promessas de concessão divina de prosperidade material, cura física e emocional e de resolução de problemas familiares, afetivos, amorosos e de sociabilidade” (MARIANO, 2004, p.124).

A Teologia da Prosperidade é um conjunto de novas concepções bíblicas e de cristandade. O mundo como local de felicidade, prosperidade e abundância de vida para os cristãos, herdeiros das promessas de Deus, eis a promessa central da Teologia da prosperidade, que veio para impulsionar a tímida tendência de acomodação de várias igrejas pentecostais aos valores e interesses mundanos das sociedades de consumo (Mariano, 1996). Nos EUA a Teologia da Prosperidade teve início nos anos 1950 e 1960, com a publicação de obras de pastores e pregadores. No Brasil, chega somente na década de 1970, sendo divulgada com os devidos ajustes pelas igrejas neopentecostais que aqui se instalavam, entre elas a Universal do Reino de Deus.

Dentre as crenças da Teologia da Prosperidade incorporadas pela IURD está a de que só não é prospero financeiramente, feliz e saudável nessa vida quem não possui fé, não obedece aos ensinamentos da Bíblia a respeito das promessas divinas e está envolvido direta ou indiretamente com o Diabo. Para os pregadores da Teologia da Prosperidade, Jesus só veio ao mundo pregar o Evangelho aos pobres exatamente para que eles deixassem de ser pobres. Ainda segundo seus defensores:

“(...) a expiação do Cordeiro libertou os homens da escravidão do Diabo e das maldições da miséria, da enfermidade, nesta vida, e da segunda morte, no além. Os homens, desde então, estão destinados à prosperidade, à saúde, à vitória, à felicidade. Para alcançar tais bênçãos, garantir a salvação e afastar os demônios de sua vida, basta o cristão ter fé incondicional em Deus, exigir seus direitos em voz alta e em nome de Jesus (a chamada determinação, crença que por meio da alta voz, trazem à existência o que declaram) e ser obediente a Ele, acima de tudo no pagamento dos dízimos ” (MARIANO, 1996, p.33).

O dízimo cumpre papel fundamental na obtenção da prosperidade apregoada pela Teologia da Prosperidade. Seu pagamento existe desde a criação do homem e é o meio pelo qual os indivíduos podem refazer a sociedade com Deus (desfeita na ocasião do pecado de Adão e Eva), habilitando-se a se beneficiar das promessas divinas. Assim, pagar o dízimo e dar ofertas são duas das principais formas pelas quais o crente pode provar sua fé. A fé só existe quando se manifesta concretamente em ação, quando é exercida, no caso, no ato do pagamento do dízimo e da oferenda (Mariano, 1996). Assim, há uma relação contratual em que Deus tem obrigações a cumprir e os homens, se tem deveres para com Ele - dízimo - também tem direitos. Curiosamente, as palavras *sociedade* e *sócio* aparecem em diversas citações de pastores da Universal do Reino de Deus.

Dentre as igrejas neopentecostais mais conhecidas e com maior número de fiéis, a Universal do Reino de Deus é a mais antiga no Brasil: data de 1977, quando foi fundada na

zona norte da cidade do Rio de Janeiro. Nenhuma outra igreja evangélica cresceu tanto em tão pouco tempo no Brasil. Entre 1980 e 1989, o número de templos cresceu 2.600%, espalhando-se das grandes regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador - onde concentrou-se nos primeiros anos - para todo o país (Mariano, 1996). Na década de 1990 passou a cobrir todos os estados do território brasileiro, para depois se espalhar por cerca de 80 países. Nesse mesmo período logrou taxa de crescimento anual de 25,7%, saltando de 269 mil (dado certamente subestimado) para 2.101.887 adeptos no Brasil em 2000 (Jacob, 2003).

Edir Bezerra Macedo, líder e fundador da “Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)”, é um dos principais responsáveis pela construção desse verdadeiro império religioso. Macedo, desde o princípio, adotou a evangelização eletrônica como carro-chefe de sua estratégia proselitista, e foi como apresentador de um programa religioso na Rádio Metropolitana que conseguiu assumir a liderança da igreja.

Para Mariano “(...) como fator de expansão denominacional, o governo verticalizado e centralizado da IURD é tão ou mais importante que a decantada competência religiosa, gerencial e empresarial de sua liderança eclesiástica” (2004, p.126). Tal forma de organização agiliza e otimiza as diversas frentes de atuação da instituição: abertura de novas congregações e frentes de evangelização, construção de templos de grande porte, compra de emissoras de rádio e TV, criação de gravadoras, editoras e outros empreendimentos. Vale frisar também o poder político da IURD. Em 1986 a denominação elegeu um deputado federal; em 1990, quatro; em 1994, seis; em 1998, 14, e em 2002, 22, ano em que, inclusive, elegeu um senador. Isso sem contar o número de deputados estaduais e vereadores.

Diferentemente do que ocorre na maioria das igrejas pentecostais, a IURD abre seus templos todos os dias para a realização de três a quatro cultos públicos. Seus pastores trabalham em período integral, dedicando-se exclusivamente a denominação, o que não ocorre em outras igrejas, cujos pastores exercem outras atividades profissionais. A IURD conta também com o trabalho cotidiano de dezenas de milhares de obreiros voluntários, que desempenham tarefas cruciais para garantir o bom funcionamento dos cultos e da evangelização pessoal.

Outro importante fator diferencial da IURD é sua capacidade de arrecadar recursos superiores à das demais igrejas, como mostram os dados da pesquisa “Novo Nascimento”, realizada no Grande Rio de Janeiro, pelo Instituto Superior de Estudos da Religião (ISER) (apud Mariano, 2004). Ao indagar aos fiéis sobre a contribuição financeira que fizeram num determinado mês de 1994, a pesquisa do ISER demonstrou que 27% dos fiéis da IURD fizeram doações que ultrapassaram o valor do dízimo (contra 14% da Assembléia de Deus); 17% doaram quantias menores que o dízimo (contra 25% da Assembléia); 24% não fizeram doação alguma (contra 33% dos seguidores da Assembléia); e 24% doaram o valor equivalente ao dízimo (contra 23%).

Para Mariano (2004) “a eficiência arrecadadora da IURD se deve, em grande parte, à sua agressividade, insistência e incomparável habilidade persuasiva nessa matéria”. Além do dízimo - previsto na Bíblia e obrigação dos fiéis - há ainda os desafios financeiros, ou sacrifícios propostos pelos pastores. Tais desafios consistem numa doação maior, chegando ao valor de automóveis, imóveis e pertences de luxo. Dessa maneira o fiel demonstra sua fé, já que esta se mede pelo tamanho do risco que se assume no ato da doação.

O proselitismo em rádio e TV constitui o meio mais poderoso empregado pela IURD para atrair grande número de pessoas à suas igrejas. Em seus programas transmite prioritariamente testemunhos de bênçãos, curas e milagres - que serviriam como vitrine da denominação, oferta de soluções mágico-religiosas para sanar os problemas dos telespectadores, além de músicas de cantores e bandas evangélicas, e mensagens pastorais.

Assim a Universal provê compensações concretas e imediatas neste mundo, moldando sua mensagem religiosa à vida material e cultural das classes pobres, e, dessa maneira, as provê de sentido e significação lhes dando a razão de estarem vivendo como vivem, justificando sua existência numa determinada posição social (Mariano, 2004).

Discurso do consumo na “Nação dos 318”

A “Nação dos 318 pastores”, mais conhecida como “Nação dos 318”, é uma conferência semanal voltada a empresários e pessoas com problemas financeiros, segundo o site oficial da conferência. “Agora a vítima é você. Sem crédito na praça, títulos protestados, desemprego, nome no SPC, falência, dívidas, esses são os inimigos da sua vida e estão levando tudo. Mas como no tempo do Patriarca Abraão, hoje os 318 pastores estarão nesta mesma batalha espiritual para que você venha resgatar sua auto-estima, seu patrimônio, seu reconhecimento na sociedade, sua dignidade, sua prosperidade, em fim, levando você a visão de um novo horizonte no aspecto de sua vida financeira e profissional”. Durante essa conferência, “318 pastores de todas as partes do Rio abençoam a todo o povo do congresso” numa reunião com duas horas de duração. A conferência é uma das únicas que possui um site oficial e possui destaque na página da Internet oficial da IURD. Realizada em quatro diferentes horários na Catedral Mundial da Fé, pólo da “Igreja Universal do Reino de Deus, a conferência possui seu equivalente televisivo, o “Grandezas de Deus”, programa diário produzido pela IURD e veiculado na Rede Record, com versão semanal com duração de 45 minutos exibida pela Rede TV às segundas-feiras, 13 horas.

Segunda-feira, em todos os templos da Igreja Universal, acontecem as reuniões da “Nação dos 318”, mas escolhemos visitar a que ocorre na Catedral Mundial da Fé, grandiosa construção em Del Castilho, centro da IURD no Brasil. Lá, participamos de algumas conferências e pudemos conhecer de perto o discurso sobre o consumo propagado pela religião.

As sessões possuem um formato variável, com alguns elementos fixos, que se repetem nas reuniões estudadas. Em todas elas há o momento da prece inicial, em que o pastor expulsa os maus-espíritos que acompanham os fiéis; a coleta do dízimo; o testemunho de fé, momento em que um fiel conta sua história de vida; a leitura da conferência empresarial – reflexão sobre temas pertinentes ao mundo do trabalho -, e a prece final. Entrecortando esses módulos, o pastor faz curtos discursos, que abrem um novo módulo ou o encerram.

O momento do testemunho de fé revela pontos muito interessantes sobre o discurso do consumo presente no “Nação dos 318”, e por consequência, na teologia da IURD. Na verdade, o testemunho não difere em nada dos discursos do pastor. Eles são a teologia da IURD colocada na voz dos fiéis. Essa distribuição do discurso do consumo parece surtir efeito: os testemunhos, como já explicitado pela literatura abordada nessa pesquisa, são de fundamental importância na conquista de novos fiéis. É o “eixo” mais longo tanto da reunião presencial como do programa televisivo “Grandezas de Deus”.

O pastor responsável chama ao palco uma pessoa previamente escolhida (numa das sessões presenciadas, ele chamou os fiéis a beira do palco e escolheu o testemunhante na frente de todos, mas já conhecia a pessoa, como deixou claro pelas perguntas que fez). O testemunhante é sempre uma pessoa bem vestida. O pastor é quem entrevista o testemunhante, instigando sua fala e reforçando pontos que lhe interessem.

Todas as histórias possuem o mesmo argumento: o testemunhante possuía uma vida estável, de condição financeira razoável, quando é acometido por algum mal inexplicável que desestrutura sua família; passa por grandes dificuldades financeiras, para, por fim, conhecer a Igreja Universal e melhorar de vida, passando a uma condição muito melhor do que a inicial. Dentro desse trajeto heróico, que está presente em todos os testemunhos estudados, os fiéis escolhidos para porta-voz da IURD contam o que pensam ser “miséria” e “bonança”. Explicitam, assim, para onde pretendem ir, seus ideais de vida.

Nos testemunhos, todos descreveram sua situação final como a de sendo donos de seus próprios negócios. Terminar a faculdade; ganhar ações que corriam há anos na justiça; pagar dívidas; ter um *Golf*; trocar de carro todos os anos; morar em uma casa com piscina, banheira de hidromassagem, com torneiras de ouro maciço; ter uma casa em Rio das Ostras; conseguir um emprego para o marido na *Petrobras* - eis algumas das “bonanças” conseguidas após o encontro dos fiéis com a IURD, segundo seus testemunhos.

Esses testemunhos ocupam grande parte da sessão presencial, e tal lógica reproduz-se em sua versão televisiva. Chegam a ter 20 testemunhos em um programa de 20 minutos. E há também vários formatos para a mesma finalidade: há o testemunho por telefone, atendido pelo pastor ao vivo, a entrevista, e os testemunhos gravados na sessão presencial. Nesses testemunhos, os fiéis, explicitando o ideário da própria Igreja Universal, dão depoimentos sobre seu modelo de vida traduzido em riqueza e consumo. Nos testemunhos coletados nos programas televisivos foram identificadas situações de miséria e pobreza que se expressavam em ideias como: “estar sem rumo”, “nada acontece em sua vida”, “comer pelancas de frango”, “ter dívidas e protestos”, “ter cheques devolvidos”, “sua empresa falir”, “ser despejado”, “morar de aluguel”, “precisar da ajuda de parentes”, “viver com tudo contado”, “ser cobrado por agiotas”, “ser pressionado por financeiras”, “perder a casa de praia”, “ter um patrão”, “ter saldo bancário zero”, “trabalhar fazendo bico”.

As situações de satisfação e reconhecimento, por outro lado, eram identificadas através de representações que se traduziam em termos como: “ocupar o mais alto cargo em uma faculdade”, “morar no Recreio”, “fechar um contrato”, “levar a empresa para São Paulo”, “abrir uma empresa”, “comprar uma casa de praia”, “quitar dívidas”, “recuperar o nome”, “ter casa de 430 m2 com piscina, sauna, churrasqueira, quatro suítes, dentro de condomínio fechado”, “comer o que quiser”, “ter um BMW”, “esposa e filho terem carro”, “ter carro blindado”, “ter mais de um apartamento”, “conseguir subir na empresa”, “ganhar uma causa na justiça”, “salvar uma empresa falida”, “comprar móveis a vista na barra”, “comprar uma Pajero e um Gol nova geração”, “ter casa em Cabo Frio”, “vender muitas fazendas”, “ter casa própria na Pavuna”, “dinheiro se multiplicar na conta do banco”, “ganhar um emprego”, “assinar a carteira de trabalho dos funcionários”, “ser funcionária da defensoria pública”.

O discurso do pastor, por sua vez, confirma essa perspectiva do consumo presente nos testemunhos. Eis alguns trechos de suas falas nas reuniões estudadas:

“Não pode acostumar com a pia vazando, com o box quebrado, tv com *Bombril* na antena”.

“Móveis velhos, roupas doadas, não quero migalhas, não quero restos dos outros”.

“Vocês falam mal do país? Vai a Ipanema, vai no Recreio... Esse país tem tudo pra dar certo. Não pode ficar esperando do governo não, tem que cada um se esforçar”.

“Entra lá no *Shopping Leblon* de chinelo de dedo, colarinho puído, amassado, o segurança vai te chamar. Agora vai com roupa bonita, bolsa da *Victor Hugo*, perfumadinho... Eles olham sempre pro sapato e pra bolsa”.

“Você tem que vencer, parar nesse estacionamento com carro blindado, você passa onde for, Linha Amarela... Nossa blindagem é Deus, mas você tem que ter o melhor. Você é filho do Rei”.

“Ta entrando (na IURD) com *Fiat Uno* e vai sair com um *Corolla*”.

“Você lá, numa cobertura do Recreio, Barra, Leblon, fazendo um churrasco. - Ai pastor, eu só quero uma casinha. Casinha quem tem é João-de-Barro, você merece o melhor”.

Despesas do fiel da “Nação dos 318”

A partir de agora, vamos debater os dados coletados e nossa reflexão sobre as despesas dos fiéis da sessão “Nação dos 318”. Para isso, comparamos os dados obtidos em nossa entrevista com os informantes com os dados da “Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2008-2009” (POF 2008-2009).

A “Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009” divulgada pelo IBGE apresenta uma ampla investigação sobre “as estruturas de consumo, dos gastos e rendimentos e parte da variação patrimonial das famílias. Possibilita traçar, portanto, um perfil das condições de vida da população brasileira a partir da análise de seus orçamentos domésticos.” (p.17)

A unidade básica da pesquisa é a família, “(...) que compreende um único morador, ou conjunto de moradores, que compartilham da mesma fonte de alimentação ou compartilham as despesas com moradia.” (p.19). É uma pesquisa feita por amostragem, e a coleta de dados durou de maio de 2008 a maio de 2009.

Com o objetivo de potencializar a capacidade do informante sobre os valores dos produtos adquiridos, bem como informações relativas às compras, são definidos diferentes períodos de observação. Ou seja, para o consumo de produtos mais baratos, consumidos corriqueiramente, a data de referência são sete dias. Os outros três períodos de referência que são aplicados segundo os critérios de frequência de aquisição e nível do valor do gasto são: 30 dias, 90 dias e doze meses.

As classes de rendimento total foram distribuídas segundo o valor do salário mínimo em 15 de janeiro de 2009, que era R\$415,00. A tabela abaixo assinala as classes:

Quadro 2 - Classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar

Reais mensais (R\$)	Salários mínimos
Até 830,00	Até 2
Mais de 830,00 a 1 245,00	Mais de 2 a 3
Mais de 1 245,00 a 2 490,00	Mais de 3 a 6
Mais de 2 490,00 a 4 150,00	Mais de 6 a 10
Mais de 4 150,00 a 6 225,00	Mais de 10 a 15
Mais de 6 225,00 a 10 375,00	Mais de 15 a 25
Mais de 10 375,00	Mais de 25

Fonte: POF 2008-2009, p.33

Para a presente pesquisa, selecionamos alguns itens que pudessem nos ajudar a compreender o consumo das famílias de fiéis da sessão “Nação dos 318”, da “Igreja Universal do Reino de Deus”. Os entrevistados foram abordados na frente da Catedral Mundial da Fé, pólo da “Igreja Universal do Reino de Deus” no Rio de Janeiro, e não foi auferido se eram ou não chefes de família. O questionário foi elaborado com base nos “Questionário de Despesa Individual e Questionário de Condições de Vida do IBGE”, utilizados pelos pesquisadores na feitura da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2001-2002”, respeitando inclusive o período de referência de cada despesa. Nas classes de rendimento, foi aplicado o salário mínimo nacional atual de R\$ 510,00 e realizadas as devidas mudanças de acordo com o valor relatado pelos informantes.

Foram feitas 11 perguntas fechadas aos 22 entrevistados e uma pergunta aberta. As perguntas fechadas foram sobre o rendimento familiar total, a avaliação subjetiva das condições de vida, sobre cartão de crédito e cheque especial, despesas com serviços bancários, despesas com pagamento de empréstimos, despesas com almoço e jantar fora de casa, despesa com bijuterias e despesa com jóias. A pergunta aberta proposta foi: “em sua opinião, o que significa ter uma vida de sucesso e felicidade?”.

Aplicar este questionário aos fiéis foi um grande desafio diante do constrangimento que muitos entrevistados expuseram, bem como a quantidade de negativas recebidas diante do convite de responder a pesquisa logo após a segunda pergunta, justamente sobre o rendimento familiar total. Acrescenta-se a essa resistência em falar sobre a própria situação financeira toda a desconfiança dos fiéis da Igreja Universal com a academia e a mídia, como nós pudemos confirmar em discursos do pastor na própria sessão estudada. Os fiéis são incitados a esconder de suas próprias famílias a ida aos cultos, e estão acostumados com o bombardeio da mídia e das pesquisas acadêmicas (ambas vistas por eles como preconceituosas) referentes às atividades da “Igreja Universal do Reino de Deus.

Rendimento familiar total

Os informantes tem faixa de rendimento entre um e oito salários mínimos, com maior concentração na classe até 2 salários mínimos e na classe entre três e seis salários mínimos.

Avaliação das condições de vida

A avaliação subjetiva sobre as condições de vida contemplava uma pergunta e seis opções fechadas de resposta. Os informantes foram questionados: “em sua opinião, a renda total de sua família permite que vocês levem a vida até o fim do mês com:” e eram apresentadas as seguintes opções: muita dificuldade, dificuldade, alguma dificuldade, alguma facilidade, facilidade, muita facilidade.

Os dados encontrados entre nossos informantes são bastante semelhantes aos da média brasileira apontados pela POF 2008-2009. Entre os que tem o maior rendimento familiar, pode-se dizer que existe uma leve tendência ao otimismo, se comparado aos dados do IBGE: os informantes mostram maior satisfação com a vida que sua renda familiar proporciona do que a média nacional em suas respectivas classes de rendimento. O grupo com menor

rendimento mostrou situação inversa, e ligeira tendência ao pessimismo comparado aos dados da POF 2008-2009.

Em princípio, imaginávamos um descontentamento geral dos fiéis com suas vidas financeiras, o que os levaria aos cultos da “Nação dos 318”. No entanto, os congressos estimulam os participantes com mensagens de incentivo e ideias para a vida profissional, e muitos fiéis relatam experiências de milagres em suas vidas financeiras. Certamente o contexto de cada fiel influencia a avaliação da sua condição de vida, de modo que fiéis que estão em ascensão possivelmente tenham inclinação a perceber sua condição de vida como melhor do que aqueles que observem queda em seus rendimentos. Há também a timidez e uma etiqueta que parece postular a não exposição das dificuldades financeiras a um estranho, o que poderia ter levado nossos entrevistados a escolher opções menos constrangedoras.

Pagamento de empréstimos e carnês

O grupo de informantes apresenta um altíssimo índice de despesa com pagamento de empréstimos e carnês, muito acima da média da cidade do Rio de Janeiro em cada uma das classes de rendimento segundo a “Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009”. Não à toa, tanto nos discursos presenciais como nos programas televisivos, é frequente a menção às dívidas e agiotas. Tudo indica que a “Igreja Universal do Reino de Deus” não induz a contração de dívidas, mas sim que seu público-alvo sejam pessoas que tem problemas financeiros, entre eles, aqueles que recorrem à contração de empréstimos. Em suas bênçãos na sessão “Nação dos 318”, o pastor exorta aqueles que tem o nome sujo na praça, que tem problemas com agiotas, que se sentem ameaçados e com medo por causa das dívidas, que estão com nome sujo na praça. Logo, os endividados sentem-se aninhados e estimulados a reverter esse quadro nas sessões.

Mas se não há diretamente o convite a dívida, há o convite ao luxo. O pastor estimula que os fiéis aprendam a gastar o seu dinheiro, mas lembra também que cada um é filho de Deus e merece o melhor. E que não se deve ser recatado nas ofertas a Deus, provas de fé que serão devidamente recompensadas pela sabedoria divina. Durante uma das sessões presenciais a que assistimos, os pastores distribuíram pequenos sacos plásticos com um adesivo escrito “Não mexa”. Ali os fiéis deveriam guardar notas de 50 reais ao longo da semana, para que na segunda-feira seguinte entregassem como oferta. Um estímulo a poupança informal, mas cuja finalidade passa longe do pagamento das dívidas. Em outra sessão presencial que assistimos, o pastor convidava os fiéis ao palco para passar a mão no óleo santo e depositar altas quantias de dinheiro, que segundo ele, não resolveriam o problema dos fiéis, mas fariam parte do processo de doação, oferta e recompensa. Ora, talvez uma ou muitas parcelas de um carnê pudessem ser pagas com o dinheiro dos desafios financeiros propostos em cada sessão.

Vale lembrar que atual oferta de crédito abarca todas as faixas de rendimento, inclusive os mais pobres, e é uma das marcas da política econômica do governo Lula. O acesso a financiamentos e a proliferação de empresas privadas de concessão de crédito, o desconto em folha para quem tem emprego, é significativo e envolve facilmente com seu discurso persuasivo de dinheiro fácil, embora o ônus dos juros só seja sentido depois.

Almoço e jantar fora de casa

As despesas com almoço e jantar fora de casa também apresentou um resultado expressivamente distinto do verificado na pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009. Os informantes apresentam despesas muito elevadas com alimentação fora de casa, mais de quatro vezes os da média do Rio de Janeiro em cada uma das classes de rendimento.

Almoçar e jantar fora de casa não só indica que o informante passa o dia fora de casa trabalhando, como também pode demonstrar um pequeno presente a si mesmo e a família. Popularmente a expressão “comer fora” traz inerente as ideias de riqueza, união da família, lazer e felicidade. Curiosamente, mesmo na faixa de rendimento mais baixa a despesa com alimentação fora de casa é muito alta comparada aos dados da mesma classe de rendimento na POF 2008-2009. Comer bem é um dos sinais de prosperidade segundo os testemunhos de fé coletados nos programas televisivos bem como na sessão presencial “Nação dos 318”.

Aos que possuem menor renda e trabalham, existem meios para evitar a despesa com comida fora de casa, como a famosa quentinha, comida levada pronta de casa para o local de trabalho. Mas, “viver com tudo contado” não parece condizer com a estima divina prometida aos filhos de fé, como já exposto pelo pastor.

Jóias e bijuterias

O gasto com jóias e bijuterias também superou muito a média do Rio de Janeiro em todas as classes de rendimento. O valor chega a ser 10 vezes maior entre os informantes fiéis da Universal do que no observado pelo IBGE. A maior parte dos fiéis gastou com bijuterias, e cabe aí o aparte de que cerca de 80% dos meus informantes eram mulheres, o que de fato tende a aumentar esta estimativa. Ainda assim, a diferença de mais de 10 vezes na média auferida pelo POF denuncia uma tendência de compra de adereços.

Como foi observado em campo, os fiéis frequentam as sessões muito bem vestidos. Na maior parte dos casos fica claro que as roupas e adereços não são caros, mas evidencia-se o capricho e a distinção com que os trajes são compostos. Homens e mulheres, todos estão bem vestidos, e caminhando pelas ruas de Del Castilho parece não ser muito difícil reconhecer um fiel da “Nação dos 318” por suas roupas.

O ouro é um símbolo muito repetido e importante na “Nação dos 318”: a urna que gira no centro do palco é de ouro, fiéis relatam que as torneiras de suas casas são de ouro, no programa de TV, as letras da abertura imitam ouro. O ouro é símbolo de riqueza, pureza e poder, e marca o local onde os fiéis objetivam estar. Assim, eles se vestem de acordo não com sua situação atual, mas sim de acordo com o local que desejam ocupar.

O alto valor gasto com jóias e bijuterias pode ilustrar o desejo de ser reconhecido e de transparecer sucesso financeiro.

comparação mais robusta, seria necessário aplicar a mesma pergunta a fiéis católicos, ou pentecostais clássicos, como os da Assembléia de Deus. No entanto, há uma associação forte entre felicidade e dinheiro para nossos informantes, e essa associação é elaborada com diferentes raciocínios.

Outro tema recorrente foi a família, e mais de um informante apontou o desejo de trazer sua família para a igreja, ou ter a família abençoada. Os fiéis da Igreja Universal parecem ser muito aflitos com o desgaste familiar que a opção religiosa gera. Por conta das notícias escandalosas envolvendo pastores, bem como o desvio de dinheiro de gastos familiares para o dízimo e eventuais ofertas dispendiosas nos cultos da Universal, filhos, netos, esposas e maridos se ressentem contra a Igreja. Para os pastores, a conquista dos familiares atende ao desejo de evangelização e o aumento dos dízimos. Para os fiéis, representa viver intensamente sua atividade religiosa sem medo ou restrição, compartilhando com seus amados sua crença.

Um dos informantes responde que ser feliz e ter sucesso é não se arrepender, não perder oportunidades e crescer na vida. Outro diz que é ter qualidade de vida, realizar seus sonhos e ter um bom salário. Um quarto dos entrevistados liga sucesso e felicidade unicamente a aspectos da vida financeira.

Alguns usam termos profissionais, como alcançar metas, abrir um negócio, e denotam ter uma ideia pré-estabelecida bastante rigorosa sobre o que é ter sucesso e felicidade. Ser assalariado não pode, tem que ser o patrão, outra mensagem bastante presente nas pregações. Ter um emprego não é demonizado - sobretudo se é um emprego público -, mas abrir um negócio é uma sugestão muito presente nas pregações. E isso não se pode negar, os fiéis sentem-se atraídos com a mensagem vibrante e estimulante dos pastores que os exortam a procurar boas ideias, se mexer, para fazer vir o dinheiro. É como uma palestra motivadora, que infla os sonhadores e, pelo menos segundo o que é demonstrado nos testemunhos, dá certo.

Considerações Finais

De acordo com os dados coletados com nossos informantes, o fiel da Igreja Universal frequentador da “Nação dos 318” tem maior despesa com pagamento de empréstimos e carnês do que a média do Rio de Janeiro; tem maior despesa com jóias e bijuterias, e maior despesa com almoços e jantares fora de casa. Sua avaliação subjetiva sobre a condição de vida não difere muito da média nacional, embora demonstre ligeiro otimismo, sobretudo na classe entre três e seis salários mínimos. Os fiéis tendem a associar a ideia de felicidade e sucesso a questões referentes a vida financeira, e a comungar com a família a religião escolhida.

A mensagem de luxo e riqueza parece perpassar inclusive os fiéis com menos rendimento mensal, pois todos se vêem envolvidos pela ideologia da riqueza, da compra, da posse e do sucesso material, uma ideologia, enfim, na qual o consumo desempenha um papel central como tradutor da experiência da felicidade. Abrir um negócio é mais valorizado do que ser assalariado, pagar o dízimo é mais incentivado do que pagar o carnê. É o que mostra nosso levantamento com os informantes. O discurso de incentivo ao consumo foi verificado nas práticas de despesas dos fiéis da “Igreja Universal do Reino de Deus”. A mensagem foi assimilada e é reproduzida por seus receptores.

Bibliografia

JACOB, Cesar Romero *et al.* **Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil**. São Paulo: Loyola, 2003.

MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. *Revista Estudos Avançados*, São Paulo, v.18, p.121-137, 2004.

_____. “Os Neopentecostais e a teologia da prosperidade”. In: *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, n. 44, p. 24-44, março de 1996.

_____. “O debate acadêmico sobre as práticas monetárias da Igreja Universal”. Trabalho apresentado no Encontro Anual da ANPOCS, outubro de 1998, Caxambu, Minas Gerais.

PESQUISA de Orçamentos Familiares 2008-2009: despesas rendimentos e condições de vida. Brasil e grandes regiões. 1. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. 222 p.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. **A sociedade do sonho**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

_____. **As representações do consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.