

CONSUMO DOS FIÉIS DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS

Aluno: Rosa Maria Mattos
Orientador: Everardo Pereira Guimarães Rocha

Introdução

A religião e o desejo de bens de consumo não parecem ser, em princípio, idéias que se harmonizem. No entanto, é no seio da sociedade de consumo atual que a Igreja Universal do Reino de Deus conquista cada vez mais adeptos: dos 269 mil em 1991, para 2,1 milhões em 2000, um crescimento superior ao de qualquer outra religião no país. A jovem igreja, nascida na década 1970, importa dos Estados Unidos a teologia da prosperidade e suas promessas: saúde perfeita, riqueza material e vitória sobre todo e qualquer sofrimento. Em nossas observações sobre o culto “Nação dos 318”, destinado a pessoas que queiram melhorar suas vidas financeiras, e sua versão televisiva, o “Grandezas de Deus”, pudemos verificar que as promessas de felicidade pregadas pelos pastores parecem estar muito afinadas com o discurso da sociedade de consumo. O convite ao luxo é verbalizado durante as sessões e no programa de TV, muitas vezes ilustrado com menção a marcas de carros, nomes de bairros luxuosos, e descrição pormenorizada de objetos de decoração dignos de uma vida próspera e feliz. Depois de analisarmos o discurso dos pastores tanto no culto presencial Nação dos 318, quanto através da mídia, no “Grandezas de Deus”, cabe agora ouvir os fiéis frequentadores da Igreja Universal e compreender seus hábitos de consumo, e tentando identificar associações entre o discurso pregado pelos pastores e sua realização concreta entre os fiéis.

Objetivos

Compreender a relação entre o discurso consumista propagado pela Igreja Universal do Reino de Deus tanto nos seus cultos quanto nos seus programas de TV, com os hábitos de compra e as condições de vida dos fiéis. Nosso objetivo é articular os dois planos de discurso (pastores e fiéis) para entendermos como são elaboradas as principais representações e práticas de consumo do grupo.

Metodologia

A primeira parte desse trabalho consiste num estudo teórico sobre consumo, teologia da prosperidade e Igreja Universal do Reino de Deus. A segunda parte é composta por entrevistas quantitativas com os fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus. Para tanto, utilizamos recortes de dois questionários que compuseram a Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): questionário de condições de vida e o questionário de despesa individual. Os dados apurados foram comparados com a média do Rio de Janeiro.

Conclusões

O alinhamento dos ideais religiosos com os ideais da sociedade de consumo parecem ser eficientes na conquista de novos fiéis, como mostram as pesquisas censitárias. Diferentemente do discurso religioso tradicional, com a promessa de uma vida melhor em outro mundo, a teologia da prosperidade elege o tempo presente como “lugar” da felicidade e

da abundância. Nas sessões presenciais bem como em sua versão televisiva, os pastores prescrevem um receituário de felicidade e abundância, desde comportamentos até o modelo de carro e o bairro onde os fiéis de sucesso merecem morar. Nosso objetivo foi procurar concluir uma seqüência de pesquisas sobre as formas pelas quais a chamada Teologia da Prosperidade da Igreja Universal do Reino de Deus produz um discurso que permite compreender como os estímulos religiosos às benesses da sociedade contemporânea se traduzem nos hábitos de consumo dos fiéis.

Referências

1. JACOB, Cesar Romero *et al.* **Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil**. São Paulo, Loyola, 2003.
2. MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, v.18, p.121-137, 2004.
3. _____. Os Neopentecostais e a teologia da prosperidade. In: **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, n. 44, p. 24-44, março de 1996.
4. _____. **O debate acadêmico sobre as práticas monetárias da Igreja**
5. **Universal**. Trabalho apresentado no Encontro Anual da ANPOCS, outubro de 1998, Caxambu, Minas Gerais.
6. MARTINEZ, Cláudio Alvarez. **Os paradoxos do Consumo: Um Estudo sobre os Jovens Católicos da Zona Sul do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2002. 113p. Dissertação - Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPEAD.ROCHA, Everardo. **A Sociedade do Sonho: comunicação, cultura e consumo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Mauad Ed., 1995. 232p.
7. Pesquisa de orçamentos familiares 2002-2003: Brasil e grandes regiões / IBGE, Coordenação de Índices de Preços. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.
8. ROCHA, Everardo. **A Sociedade do Sonho: comunicação, cultura e consumo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Mauad Ed., 1995. 232p.