



H381

A RELIGIÃO SUBMETIDA À LÓGICA CAPITALISTA

Ana Paula Theodoro (Bolsista PIBIC/CNPq) e Prof. Dr. José Ricardo Barbosa Gonçalves (Orientador), Instituto de Economia – IE, UNICAMP

No Brasil observou-se, entre as décadas de 70 e 90, uma renovação da atração religiosa. O contexto de crise possibilitou modificações no significado da religião, que teria passado a atuar como um meio funcional capaz de prover respostas satisfatórias às aspirações pessoais dos indivíduos. Ao restringir as possibilidades de inserção no mercado de trabalho e redefinir as possibilidades de ascensão profissional, tal crise limitou o acesso aos bens que caracterizaram a sociedade de consumo no Brasil nos anos de crescimento econômico. As igrejas, para conquistar essa gama de fiéis que buscavam um referencial para sua vida, organizaram-se sob a forma de empresas, criando um conjunto de atividades, tais como emissoras de rádio e TV, geridas de acordo com as convenções de mercado. Com base em informações oficiais da Igreja Universal, entrevistas realizadas com ex-fiéis e análise do contexto histórico, buscou-se estabelecer referências para entender a atuação da Igreja no mundo dos negócios. Assim, a crise contemporânea da economia brasileira potencializou um mercado consumidor de uma ética difundida pelas novas igrejas, cujas práticas configurariam de forma peculiar a inserção destas como uma atividade vinculada ao setor de serviços.

Religião - Capitalismo - Serviços