

## Novos desafios do fazer teológico para um novo contexto social

Ronaldo Robson Luiz<sup>1</sup>

### Resumo

Neste artigo, procuramos trabalhar, em nível de ensaio, os novos desdobramentos do fazer teológico e os desafios que lhe são impostos dentro do nosso contexto histórico atual. O texto se propõe fazer uma leitura, a partir das ciências sociais, do novo papel da teologia e/ou teólogos que procuram apresentar uma visão equilibrada e contextualizada à atualidade, imprimindo, assim, o seu caráter relevante na interpretação do cenário sócio-religioso da contemporaneidade. **Palavras-chave:** crise de sentido, mercadorização da religião.

### New challenges concerning the theological doing way for a new social context

### Abstract

In this paper we work at test level, the new developments of doing theology and the challenges imposed on it within our present historical context. The text sets out to do a reading from the social sciences of the new role of theology and / or theologians who seek to present a balanced view and context to the present, imprinting his character so important in the interpretation of the socio-religious contemporary. **Key words:** crisis of meaning, commodification of religion.

### Considerações Iniciais

Refletir sobre o fazer teológico e seu papel nos dias atuais nos lança para um leque de possibilidades, que, por sua vez, invariavelmente nos faz refletir sobre os desafios para a teologia e sua relevância para a contemporaneidade. Quando relacionamos esses desafios a um contexto específico, como o no que estamos inseridos no Nordeste brasileiro dentro de uma comunidade de baixa renda marcada pela violência e pela falta de valores estruturais como os da família, estado e igreja, percebemos que esses desafios são exponenciados.

---

<sup>1</sup> Graduado em Teologia pela UNICAP e mestrando em Ciências Sociais pela UFRN. Membro do Grupo de Pesquisa Mythos-Logos ligado ao PPGCS da UFRN. Professor de Teologia e Ciências Sociais. E-mail: ronaldo\_rrl@hotmail.com.

Primeiramente, para pensarmos sobre esses desafios, é necessário fazermos um mapeamento do cenário em que vivemos, partindo do global (público) em sentido do local (privado/particular).

### **“Costurando” o cenário religioso atual: o desafio da crise de sentido**

Pensar na religiosidade encontrada em nossos dias é, sobretudo, refletir sobre um cenário marcado por pessoas que buscam encontrar um sentido para suas vidas e, ao mesmo tempo, procuram esquecer/ignorar todos os acontecimentos que recentemente as levaram a uma descrença no mundo. Esse “desencantamento” do mundo é marcado por acontecimentos que ocorreram especialmente no século XX, como a tragédia de Auschwitz e as duas grandes guerras, que geraram um cenário de desilusão, com a capacidade humana de viver de forma pacífica e, paralelamente a isso provocou um sentimento de desconfiança em relação às instituições que existem para garantir essa convivência pacífica, especialmente a Igreja.

Dessa forma, estamos vivenciando uma religiosidade em que, a cada momento, o poder de regulação das instituições religiosas diminui, dando espaço à individualização de crenças, onde cada indivíduo busca dentro da expressão religiosa ao qual faz parte, ou não, o seu encontro com o Sagrado, sem que necessariamente tenha que seguir modelos prontos de religiosidades. Sobre essa questão, Hervieu-Léger afirma:

A pulverização das identidades religiosas individuais não implica, necessariamente, no enfraquecimento ou desaparecimento completo de toda forma de vida religiosa comunitária. Muito ao contrário, como o aparato das grandes instituições religiosas se mostra cada vez menos capazes de regular a vida dos fiéis que reivindicam sua autonomia de sujeitos que crêem, assiste-se a uma efervescência de grupos, redes e comunidades, dentro das quais indivíduos trocam e validam mutuamente suas experiências espirituais (HERVIEU-LEGER, 2008, p.28).

Dentro do cenário da pós-modernidade, que é uma imbricação das frustrações do passado, contradições do presente e expectativas do futuro, desenvolvem-se novas possibilidades de religiosidade em forma de novas representações do “sagrado” ou novas apropriações das tradições religiosas históricas (HERVIEU-LEGER, 2008). Essas novas representações são frutos da insegurança vivida por homens e mulheres que não encontram mais nas instituições religiosas tradicionais as respostas aos seus anseios em relação às incertezas atuais e aos enigmas que as aguardam. Sobre esse aspecto, Strieder afirma:

O homem de hoje, que, mais do que nunca, vive rodeado de inseguranças, é talvez vulnerável a todo tipo de credices, atribuindo facilmente valores e poderes mágicos a objetos capazes de afastar males ou atrair felicidade ou benefício (1978, p.76).

Dentro dessa pluralização da esfera religiosa, não podemos deixar de perceber o fenômeno da orientalização das práticas religiosas nos países ocidentais, ou seja, uma transformação das crenças, partindo de um deus pessoal para um tipo de espírito ou força vital e também para a crença em níveis de espiritualidade, afirmando-se a vida após a morte (CAMPBELL, 1997). Esse mesmo autor apresenta três tipos de crenças que identificam o processo de orientalização:

1. o neopaganismo, representando uma volta radical às tradições religiosas que o próprio ocidente derrotou, mostrando com isso uma tendência de transformação dentro dos próprios valores ocidentais;
2. o Movimento Nova Era, baseado no individualismo e otimismo, buscando recompensas neste mundo; caracterizado pela virada pós-moderna, em que a meta-narrativa moderna é substituída por uma meta-narrativa de psico-espiritualidade;
3. movimentos Ambientalistas, que buscam conectar o mundo interno da experiência humana com o mundo externo da natureza.

Sendo assim, pensamos na “revanche de Deus”, expressão utilizada por muitos autores quando se referem ao redescobrimto do “sagrado”, como um fenômeno que é fruto do momento histórico que vivemos percebemos o questionamento da razão, da ciência e da tecnologia em relação aos caminhos que elas têm levado o homem a percorrer. E, dentro desse cenário, a religião surge como uma nova proposta moral, trazendo novos valores, uma nova ética, não como valores de uma religião que surge como ideologia de dominação, mas como uma nova religiosidade que busca uma nova maneira de relação entre o homem e a natureza.

### **Novos movimentos religiosos: o desafio da mercadorização da religião**

Um outro aspecto marcante do atual cenário religioso brasileiro é o da mercadorização da religião, que tem constituído um desafio para os que se ocupam com o fazer teológico, no sentido de se debruçarem sobre a necessidade de apresentar pistas que levem as pessoas de nossas comunidades a terem uma visão clara dessa questão e qual a importância da teologia no sentido de trazer elucidação sobre a temática. A partir dessa dinâmica, podemos perceber que autores como Campos indicam que estamos passando por um processo de reformulação do cenário religioso, que tem seu desdobramento de forma rápida e abrupta, produzindo um cenário de pluralismo. A emergência desse pluralismo religioso fez com que as agências de salvação (PIERRUCCI, 1996) se tornassem mais competitivas, definindo novas estratégias de acordo com a lógica de mercado, com o objetivo de produzirem bens religiosos mais palpáveis e de fácil percepção pelos consumidores religiosos. Outra consequência dessa reformulação do cenário brasileiro é a aceleração do trânsito religioso, que, por sua vez, está diretamente relacionado aos processos de transformação social, como migrações, crescimento urbano, crises econômicas e congêneres (BITTENCOURT FILHO, 2003). Ainda sobre essa questão, Prandi afirma que a religião de hoje é a religião da mudança rápida, da lealdade pequena, do compromisso descartável.

Dentro desse novo cenário religioso, percebemos que a lógica de mercado predomina entre as empresas/igrejas, onde a venda de bens simbólicos e a especialização dos “profissionais religiosos” determinam novos horizontes para essas empresas/igrejas, sobretudo as conhecidas neopentecostais. Segundo Bourdieu, existe, na sociedade contemporânea, uma situação de concorrência no campo de manipulação simbólica do espaço privado da vida das pessoas por diversos agentes: clérigos, membros de seitas, psicanalistas, psicólogos e outros. Nesse sentido, Bourdieu (1999) afirma que existe, entre os especialistas religiosos das várias religiões, uma disputa acirrada pelo monopólio dos bens simbólicos. Ainda para Bourdieu (1990), os sistemas simbólicos exercem um poder estruturante e se constituem numa forma de construção da realidade e de integração social.

Dentro dessa competição para se conseguir consumidores/fiéis, a religião tem agora que usar da lógica da economia de mercado, pois o pluralismo é uma situação de mercado. As tradições religiosas podem ou não ser assumidas como modalidades de consumo. Além disso, as tradições religiosas têm que disputar a “definição da realidade com rivais socialmente poderosos e legalmente tolerados” (BERGER, 2004).

Na situação de pluralismo, as tradições religiosas são agências de mercado, porque sofrem uma pressão por resultados que provocam a racionalização das estruturas, criando, assim, as suas burocracias. A burocracia se expande para as relações sociais internas (administração) e as relações sociais externas (instituições religiosas com instituições sociais). Ou seja, todas as relações sociais são burocratizadas para minimizar gastos (tempo, dinheiro) e maximizar os resultados (SANTANA, 2005).

Hoje, segundo Berger (1993), vivemos em uma era de fácil credulidade, na qual houve um aumento da oferta de produtos religiosos e uma espécie de revanche do sagrado no interior de uma cultura que já se julgava definitivamente profana (CAMPOS, 1999). Esse crescimento neopentecostal foi compreendido sob o prisma dos ajustes e desajustes de uma sociedade em processo de rápidas transformações sociais. Dessa forma, a religiosidade praticada nesses meios se apresenta como um instrumento alienante, que, através de um aparelho

ideológico próprio dessas empresas/igrejas, levam seus consumidores/fiéis a preferirem a sociedade de consumo e as tentações do mercado de bens simbólicos, optando pela religiosidade mágica, utilitária e sincretista. Essa compreensão, por sua vez, produz em alguns momentos, dispositivos para promover a ascensão social, dentro de um crescente quadro de estagnação econômica.

## Considerações finais

Dessa forma, quando os teólogos e agentes pastorais se propõem fazer uma teologia que seja relevante para a comunidade em que estão inseridos, muitos são os desafios a serem enfrentados, principalmente por vivenciarmos um cenário cuja crise de sentido em relação à vida de uma maneira geral e das instituições, como por exemplo a Igreja, estão arraigadas na forma de pensar o mundo das pessoas. Além dessa questão, a mercadorização da religião tem provocado danos à vivência religiosa das pessoas. Ainda é cedo para sabermos quais as implicações dessa questão para as igrejas e as pessoas que delas participam.

## Referências

BERGER, Peter. **O dossel sagrado**: elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo: Paulinas, 2004.

BITTENCOURT FILHO, José. **Matriz religiosa brasileira**: religiosidade e mudança social. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: KOINONIA, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

CAMPBELL, C. A Orientalização do Ocidente: reflexões sobre uma teodicéia para um novo milênio. **Religião e Sociedade**, vol. 18, n.1, p. 5-22, 1997.

CAMPOS, Leonildo Silveira. A Igreja Universal do Reino de Deus, um empreendimento religioso atual e seus modos de expansão.

**Lusotopie**, p. 355-367, 1999.

HERVIEU-LEGER, Daniele. **O peregrino e o convertido**.

Petrópolis: Vozes, 2008.

PIERUCCI, Antônio Flávio; PRANDI, Reginaldo. **Religião popular e ruptura na obra de Procópio Camargo**. Novos Estudos CEBRAP, São Paulo, n. 17, 1987.

\_\_\_\_\_. **A realidade social das religiões no Brasil**. São Paulo: HUCITEC, 1996.

PIERUCCI, Antônio Flávio. Em defesa do consumidor religioso.

**Novos Estudos**. São Paulo: CEPRAP, 1996.

PRANDI, Reginaldo. Religião, biografia e convenção: escolhas e mudanças. **Revistas Tempo e presença**, Brasil mostra a sua cara. Rio de Janeiro, Koinonia, Ano 22, n. 310, Março – Abril. 2000.

SANTANA, Luther King de Andrade. Religião e mercado: a mídia empresarial-religiosa. **Revista de Estudos da Religião**. n. 1, 2005, p. 54-67.

STRIEDER, Inácio Reinaldo. A redescoberta do sagrado na sociedade tecnológica. **Revista Symposium**, Recife, v. 20, n.1, p. 59-87, 1978.