

Desafiando a ordem estabelecida: a subversão da economia dos bens simbólicos em uma instituição neopentecostal no campo religioso brasileiro

Isley Borges da Silva Júnior, Alessandro Gomes Enoque e Luiz Alex Silva Saraiva

RESUMO

O crescimento do segmento neopentecostal e seus impactos no campo religioso brasileiro têm sido objeto de estudo de pesquisadores das mais diversas áreas do conhecimento. Embora existam artigos de autores brasileiros que tenham como escopo a análise da lógica de funcionamento do mercado de bens simbólicos em diversos campos e à luz da teoria bourdieusiana, trabalhos que busquem melhor compreender o campo religioso brasileiro, a partir de uma análise da economia de seus bens simbólicos, são incipientes. Da mesma forma, estudos que busquem aproximar essa discussão daquela empreendida no campo dos Estudos Organizacionais, por meio da análise de instituições religiosas das diversas vertentes presentes na realidade brasileira, parecem ser, ainda, escassos. Tendo isso em vista, o propósito principal deste artigo consiste em compreender as especificidades do mercado de bens materiais e simbólicos em uma instituição religiosa neopentecostal criada no final da década de 1980, no interior de Minas Gerais. Para fins deste trabalho, de natureza essencialmente qualitativa, foram realizadas quinze entrevistas semiestruturadas com pastores e fiéis da instituição religiosa neopentecostal pesquisada. Pudemos observar, a partir delas, que essa instituição ocupa uma posição “subversiva” dentro do campo religioso brasileiro, e, no evangélico, em específico. Tal posicionamento “subversivo” pode ser observado, por exemplo, no estabelecimento de uma relação líder/fiel pautada em uma lógica transacional, e também por uma clara negação do econômico no que diz respeito ao comércio de artigos religiosos, bem como pela construção de um ambiente informal dentro e fora do espaço da igreja.

Palavras-chave: neopentecostalismo; religião; mercados de bens simbólicos.

Challenging the established order: the subversion of the economy of symbolic goods in a neopentecostal institution in the brazilian religious field.

ABSTRACT

The growth of the neo-pentecostal segment and its impacts on the brazilian religious field has been the subject of study by a variety of researchers from the most diverse areas of knowledge. Although there are articles by brazilian authors whose scope is the analysis of the functioning logic of the symbolic goods market in different fields and in the light of bourdieusian theory, works that seek to better understand the brazilian religious field from an analysis of the economy of its goods symbols are incipient. Likewise, studies that seek to bring this discussion closer to that undertaken in the field of Organizational Studies, through the analysis of religious institutions of the different aspects present in the brazilian reality, still seem to be scarce. With this in mind, the main purpose of this article is to understand the specificities of the market for material and symbolic goods in a neo-pentecostal religious institution created in the late 1980s, in the interior of Minas Gerais. For the purposes of this work, of an essentially qualitative nature, fifteen semi-structured interviews were carried out with pastors and faithful of the researched neo-pentecostal religious institution. Based on the analysis of the interviews, we could observe that the studied institution occupies a “subversive” position within the brazilian religious field, and in the evangelical field in particular. Such a “subversive” position can be observed, for example, in the establishment of a leader/faithful relationship based on a transactional logic, a clear denial of the economic with regard to the trade of religious articles, as well as the construction of an informal environment inside and outside the church space.

Keywords: neopentecostalism; religion; symbolic goods markets.

Recebido em: 19/05/2021
 Revisado em: 09/11/2021
 Aprovado em: 21/12/2022



Isley Borges da Silva Júnior 

Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
 Doutorado em Estudos Literários, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

isleyborges@hotmail.com

Alessandro Gomes Enoque 

Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
 Doutorado em Ciências Humanas (Sociologia e Ciência Política), Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

alessandroenoque@ufu.br

Luiz Alex Silva Saraiva 

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
 Doutorado em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

saraiva@face.ufmg.br

Considerações iniciais

É fato comumente aceito que o segmento neopentecostal tem contribuído, significativamente, para uma ampla modificação no cenário religioso brasileiro contemporâneo (Mariano, 2014; Pierucci, 2006 e 2013; Pierucci & Prandi, 1996; Sanchis, 2003). Tal realidade, que, inclusive, parece impactar diretamente na predominância de uma maioria católica em nosso país, tem como uma de suas consequências a busca, por parte de diversos pesquisadores, por uma melhor compreensão dos elementos constitutivos presentes nessa determinada religiosidade, em suas diversas facetas: econômica, cultural, histórica, simbólica, organizacional, entre outras (Martinez, 2012; Moraes, 2010; Passos, 2009; Totaro, 2010).

Nesse sentido, destaca-se na obra de Pierre Bourdieu uma preocupação tanto com a gênese e a constituição de diversos campos sociais (1987, 1997, 2004, 2015, 2008, 2017) quanto com a concepção de mercados de bens simbólicos (1987, 1996, 1997, 2008, 2009, 2015). No que diz respeito ao campo religioso, em específico, Arribas (2012) versa que a obra bourdiesiana é restrita, quando comparada com outras temáticas, a alguns poucos textos. Embora existam artigos de autores brasileiros que tenham como escopo a análise da lógica de funcionamento do mercado de bens simbólicos em diversos campos e à luz da teoria bourdiesiana (Freitas, 2009; Lahire, 2017; Machado-da-Silva, Guarido Filho & Rossoni, 2010; Misoczky, 2003; Peci, 2003; Rosa & Brito, 2010; Portella, 2006; Thiry-Cherques, 2006), trabalhos que busquem melhor compreender o campo religioso brasileiro a partir de uma análise da economia de seus bens simbólicos, são incipientes.

Além disso, investigações que busquem aproximar essa discussão daquela empreendida no campo dos Estudos Organizacionais, por meio da análise de instituições religiosas das diversas vertentes presentes na realidade brasileira, são escassas (Silva, Xavier Filho & Santos, 2020; Murtinho, Castilho & Urdan, 2018; Serafim & Andion, 2010; Gonçalves, Serra & Costa, 2007; Borges, Enoque, Borges & Almeida, 2015; Enoque, Borges & Borges, 2014; Enoque, Borges & Borges, 2015).

Por isso, o propósito principal deste artigo é compreender as especificidades do mercado de bens materiais e simbólicos em uma instituição religiosa neopentecostal criada no final da década de 1980, no interior de Minas Gerais, a partir da Igreja Pentecostal Shalom.

Notas sobre os conceitos bourdiesianos de campo e *habitus*

Embora a obra de Bourdieu seja extensa e trate dos mais variados temas (1996, 2004, 2005, 2007, 2009, 2010, 2013, 2014, 2015, 2017, 2019), o conceito de campo ocupa um lugar central em sua análise social (Misoczky, 2003; Thiry-Cherques, 2006; Freitas, 2009; Machado-da-Silva, Filho & Rossoni, 2010; Rosa & Brito, 2010; Souza Filho, Zanon da Silveira, Carrieri & Teixeira, 2013; Rivera & Brito, 2015; Jourdain & Naulin, 2017).

Inicialmente, utilizado pelo autor em 1966, em sua obra *Champ intellectuel et projet créateur* (Campo intelectual e projeto criador), esse conceito passa a ser entendido como uma esfera da vida social, que, graças a um processo de divisão (progressivo e complexo) do mundo do trabalho, se torna autônoma. Ao partir de aportes teóricos pertencentes a universos distintos, como os de Durkheim e os de Bourdieu (1996), apresenta a ideia de campo como sendo um microcosmo incluído em um macrocosmo constituído pelo espaço social. Nesse sentido, para o autor, o espaço social seria constituído por uma pluralidade de campos (econômico, artístico, político, escolar, esportivo e religioso), cada um deles com suas próprias regras do jogo e dos desafios (com racionalidades específicas e distintivas), estruturados em posições ocupadas por diferentes agentes, os quais concorrem ou competem entre si pela obtenção ou pela manutenção de um capital específico (econômico, cultural, social e simbólico), embebidos por um *habitus* (sistema de disposições incorporadas) e com certa autonomia relativa.

Os campos apresentam-se à apreensão sincrônica como espaços estruturados de posições (ou de postos) cujas propriedades dependem de sua posição nesses espaços e que podem ser analisados independentemente das características de seus ocupantes (em parte determinadas por elas). Existem leis gerais dos campos: campos tão diferentes quanto o campo da política, o campo da filosofia e o campo da religião têm leis de funcionamento invariante (é isso que faz com que o projeto de uma teoria geral não seja insensato e que, desde agora, se possa usar o que se aprende sobre o funcionamento de cada campo particular para interrogar e interpretar outros campos, ultrapassando assim a antinomia mortal da monografia ideográfica e da teoria formal e vazia) (Bourdieu, 2019, p. 109).

Outro aspecto importante é o de que Bourdieu (1996) compreende que a distribuição desigual desses capitais é um elemento fundamental na estruturação dos campos e define, por isso, uma relação de dominação (dominantes e dominados) no interior desses espaços. Em decorrência disso, as práticas e as estratégias desempenhadas pelos agentes somente podem ser entendidas a partir de suas posições relativas nesses campos (como estratégias de conservação ou de subversão). Assim, para Bourdieu (2019, p. 111),

Aqueles que, em um estado determinado da relação de poder, monopolizam (mais ou menos completamente) o capital específico, fundamento do poder ou da autoridade específica característica de um campo, são inclinados a estratégias de conservação – aquelas que, nos campos de produção de bens culturais tendem à defesa da ortodoxia – enquanto os menos providos de capital (que também são frequentemente os recém-chegados, e, portanto, na maioria dos casos, os mais jovens) são inclinados às estratégias de subversão – aquelas da heresia.

Em complemento, o autor ressalta que

[a] estrutura do campo é um estado da relação de poder entre os agentes ou as instituições engajadas na luta ou, se se preferir, da distribuição do capital específico que, acumulado no decurso das lutas anteriores, orienta as estratégias ulteriores. Essa estrutura, que está no início das estratégias destinadas a transformá-la, está ela mesma sempre em jogo: o que está em jogo nas lutas, cujo lugar é o campo, é o monopólio da violência legítima (autoridade específica) que é característico do campo considerado, isto é, em última instância, a conservação ou a subversão da estrutura da distribuição do capital específico (Bourdieu, 2019, p. 110).

Para Thiry-Cherques (2006), o exercício dessa violência simbólica a serviço da dominação (não evidente, não explícita, mas sutil) se exerce com a cumplicidade daquele que a sofre. Em uma perspectiva complementar, Rosa e Brito (2009, p. 630) apontam que a manifestação dessa violência como parte de um processo de dominação ocorre, fundamentalmente, por meio “[...] de um poder invisível, quase mágico, capaz de obter o equivalente ao que é obtido pela força”.

É importante destacar que, embora pareça que essa luta no interior dos campos tenha como objetivo a eliminação do adversário, Bourdieu (1996) destaca, ao contrário, a existência de uma “cumplicidade objetiva” dos agentes que partilham o propósito comum de manutenção desses espaços. Sendo assim, os agentes que se encontram engajados em determinado campo têm em comum certa miríade de interesses fundamentais que estariam, fundamentalmente, ligados à sua própria condição de existência. Desse modo, haveria certo acordo implícito entre eles, no que diz respeito ao que merece ser combatido e ao que deve ser reprimido. Convém destacarmos, a partir disso, que os participantes dessa luta (veteranos e calouros) seriam os responsáveis diretos pela contribuição nos processos de reprodução do jogo. No caso específico dos novos participantes, eles (...) “devem pagar uma taxa de entrada que consiste no reconhecimento do valor do jogo (a seleção e a cooptação prestam sempre muita atenção nos índices da adesão ao jogo, do investimento) e no conhecimento (prático) dos princípios de funcionamento do jogo” (Bourdieu, 2019, p. 111).

Essa ideia de “partilha” (de construção) de um elemento comum por parte dos agentes participantes de um determinado campo pode ser representada, na sociologia bourdieusiana, por meio do conceito de *habitus*. Para Bourdieu (2019, p. 115), o *habitus* é um:

[...] sistema de disposições adquiridas pela aprendizagem implícita ou explícita que funciona como um sistema de esquemas geradores, e gerador de estratégias que podem ser objetivamente conformes aos interesses objetivos de seus autores sem terem sido expressamente concebidas para esse fim.

O *habitus* bourdieusiano constitui, assim, de acordo com Rosa e Brito (2010, p. 634), uma espécie de “máquina transformadora” que pode nos fazer:

reproduzir as condições sociais de nossa própria produção, ou seja, refere-se a um processo de interiorização e exteriorização em que estruturas sociais se transformam em estruturas mentais e, num segundo momento, estas atualizam aquelas por meio das práticas: movimento de caráter dialético, cuja dinâmica ocorre de maneira circular (re)construindo e atualizando a realidade social.

Ainda conforme esses autores, nesse processo de transformação das estruturas mentais, as estruturas sociais exercem uma forte influência na maneira como se percebe o mundo, delineando os nossos modos de agir. É preciso ressaltar que, como ressalta Peci (2003), o *habitus* não somente interioriza o exterior, mas também exterioriza aquilo que é interior. Esse processo de exteriorização do interior seria feito, conforme apontam Souza Filho et al. (2013), por meio dos conceitos de *eidos*, *aesthesis* e *hexis*. De acordo com os autores, enquanto o conceito de *ethos* indica, fundamentalmente, a dimensão da moral na conduta dos agentes no

interior dos campos, as acepções de eidos, aesthesis e hexis representam, respectivamente, as dimensões de lógica, de gosto e de estilo presentes no comportamento dos agentes, bem como na disposição corpórea (posturas físicas) dos participantes de um campo específico.

Por fim, Thiry-Cherques (2006) aponta que todo campo bourdiesiano desenvolve um senso comum (*doxa*), bem como leis gerais que o governam (*nomos*). Dito de uma outra forma, o conceito bourdiesiano de *doxa* está relacionado, nesse sentido, àquilo a que todos os agentes do campo estão de acordo. Em uma perspectiva complementar, Souza Filho et al. (2013) afirmam que a *doxa* está associada à visão daqueles agentes que dominam o campo e que, por isso, representam o senso comum dos participantes daquele jogo.

A natureza da imposição da *doxa* aos participantes de um determinado campo assume um caráter simbólico. Ela é inculcada pelos agentes dominantes por meio de uma 'autoridade pedagógica' (AuP), ou seja, um grupo de especialistas que falam em nome da *doxa*, caracterizando-se por fazerem parte da ortodoxia. A AuP realiza um 'trabalho pedagógico' (TP), ou seja, um trabalho que realiza a inculcação e controle da ordem, se utilizando para isso de sistemas simbólicos (cargos, sistemas gerenciais, normas, títulos, Estado, língua) para punir ou premiar os agentes submetidos ao TP (Rivera & Brito, 2015, p. 564, grifos dos autores).

Quanto ao conceito de *nomos*, Thiry-Cherques (2006, p. 37) afirma que ele congrega, principalmente, "[...]as leis gerais, invariantes, de funcionamento do campo". Por fim, a ideia de *illusio* representa as motivações dos agentes em um espaço social específico, cujo objetivo principal é acumular capitais simbólicos e, por consequência, obter maior poder no interior do campo.

Notas sobre o campo religioso e a economia dos bens simbólicos

Em um claro movimento de crítica à ideia de uma universalidade da racionalidade econômica não somente no campo econômico, mas também no âmbito de outros campos, Bourdieu (1987, 1996, 2008, 2015) abre espaço para a compreensão de outras lógicas de ação dos indivíduos não apenas pautadas no cálculo racional e interessado. É dentro desse processo de denegação da economia que o autor avança em direção à especificidade de campos, por exemplo, o artístico e, para fins específicos deste artigo, o religioso.

Para Bourdieu (1987), amplamente amparado na sociologia da religião de natureza weberiana, a gênese histórica de constituição de um campo religioso relativamente autônomo está relacionada a alguns aspectos das transformações socioeconômicas e da divisão do trabalho social. Nesse sentido, a crescente urbanização parece ter levado a uma ruptura gradual entre o campo e a cidade e, por que não dizer, entre trabalho material e imaterial (intelectual). Logo,

[...] as transformações econômicas e sociais correlatas à urbanização, seja o desenvolvimento do comércio e sobretudo do artesanato, atividades profissionais relativamente independentes dos imprevistos

naturais e, por isso, relativamente racionalizadas ou racionalizáveis, seja o desenvolvimento do individualismo intelectual e espiritual favorecido pela reunião de indivíduos libertos das tradições envolventes das antigas estruturas sociais, só podem favorecer a “racionalização” e a “moralização” das necessidades religiosas (Bourdieu, 1987, p. 35, grifos do autor).

Oliveira (2012, p. 184) aponta que “[...]a maior ou menor concentração do trabalho religioso nas mãos de agentes especializados é parte do processo geral de divisão social do trabalho, quando os produtores de bens simbólicos são dispensados do trabalho material”. Assim, para o autor, “[...] os agentes socialmente reconhecidos como únicos habilitados a produzir, reproduzir, gerir e distribuir bens religiosos, só se constituem enquanto tais na medida em que os outros membros da mesma sociedade sejam destituídos da sua capacidade de trabalho religioso” (Oliveira, 2012, p. 184).

Além disso, para Bourdieu (1987), a autonomia do campo religioso afirmaria-se, fundamentalmente, em certa tendência de seus especialistas em se fecharem no próprio saber religioso já acumulado, bem como no esoterismo de uma produção destinada, de início, aos produtores. Daí, nas palavras do próprio autor, estaria o gosto “tipicamente sacerdotal” pela “[...] imitação transfiguradora e pela infidelidade desconcertante, os polinômios deliberados e a ambiguidade refinada, o equívoco, a obscuridade metódica e a metáfora sistemática” (Bourdieu, 1987, p. 38).

Nesse ponto, inclusive, está o cerne da constituição do campo religioso, que compreende o conjunto das relações que os agentes religiosos mantêm entre si no atendimento à demanda do laicato. Há, portanto, de acordo com Bourdieu (1987), duas fontes claras de tensões internas ao campo religioso: a que opõe agentes especializados à autoprodução dos leigos; e a que opõe, entre si, os agentes especializados no atendimento às demandas leigas. As fronteiras do campo religioso são edificadas, portanto, sob diversas distinções simbólicas entre o monopólio do saber sagrado e da ignorância profana e o combate a toda produção religiosa de autoconsumo. Além disso, segundo uma lógica de mercado, as religiões dominantes tendem a impedir a entrada de novas empresas de salvação concorrentes, esforçando-se para preservar o capital de controle do acesso aos meios de produção, de reprodução e de distribuição dos meios de salvação.

Enquanto resultado da monopolização da gestão dos bens de salvação por um corpo de especialistas religiosos, socialmente reconhecidos como os detentores exclusivos da competência específica necessária à produção ou à reprodução de um “corpus” deliberadamente organizado de conhecimentos secretos (e portanto raros), a constituição de um campo religioso acompanha a desapropriação objetiva daqueles que dele são excluídos e que se transformam por esta razão em leigos (ou profanos, no duplo sentido do termo) destituídos do capital religioso (enquanto trabalho simbólico acumulado) e reconhecendo a legitimidade desta desapropriação pelo simples fato de que a desconhecem enquanto tal (Bourdieu, 1987, p. 39, grifo do autor).

A religião, compreendida como sistema simbólico estruturado, funciona, para Bourdieu (1987), como um princípio de estruturação que, ao mesmo tempo, constrói a experiência e legitima a estrutura social de determinada sociedade. Tal efeito de “consagração” (legitimação) é exercido pela religião, de acordo com o autor, por meio de uma série de sanções que convertem

“[...] em limites legais os limites e as barreiras econômicas e políticas efetivas” (Bourdieu, 1987, p. 46), e da inculcação de:

[...] um sistema de práticas e de representações consagradas cuja estrutura (estruturada) reproduz sob uma forma transfigurada, e portanto irreconhecível, a estrutura das relações econômicas e sociais vigentes em uma determinada formação social e que só consegue produzir a objetividade que produz (enquanto estrutura estruturante) ao produzir o desconhecimento dos limites do conhecimento que torna possível, e ao contribuir para o reforço simbólico de suas sanções aos limites e às barreiras lógicas e gnosiológicas impostas por um tipo determinado de condições materiais de existência (efeito de conhecimento-desconhecimento) (p. 46).

Esse caráter ideológico que o efeito de consagração produz é, conforme Bourdieu (1987, p. 46),

função do reforço que o poder de legitimação do arbitrário contido na religião considerada pode trazer à força material e simbólica possível de ser mobilizada por este grupo ou classe ao legitimar as propriedades materiais ou simbólicas associadas a uma posição determinada na estrutura social.

Assim, para o autor, a existência de sistemas de representações e práticas religiosas próprias aos diferentes grupos sociais contribuiria, especialmente em uma sociedade dividida em classes, para uma perpetuação e reprodução da ordem social, consagrando-a, sancionando-a e, por que não dizer, santificando-a. Esses sistemas estariam organizados, dessa maneira, a partir de duas posições polares: aquelas tendentes a justificar a hegemonia das classes dominantes (religiosidade dominante); aquelas que têm por objeto a busca pela imposição aos dominados de um reconhecimento velado da legitimidade dos processos de dominação (religiosidade dominada). Para Bourdieu (1987, p. 53), essa realidade contribuiria para “[...] o reforço simbólico da representação dominada no mundo político e do ethos da resignação e renúncia diretaente inculcado pelas condições de existência”.

[...] trata-se de reforçar simbolicamente a propensão para medir as esperanças pelas possibilidades inscritas nestas condições de existência, por intermédio de técnicas de manipulação simbólica de aspirações tão diversas (embora convergentes) como o deslocamento das aspirações e conflitos através da compensação e da transfiguração simbólica (promessa da salvação) ou a transmutação do destino em escolha (exaltação do ascetismo) (Bourdieu, 1987, p. 53).

É nessa perspectiva que Souza (2012) afirma que um dos principais traços do pentecostalismo brasileiro (e, para nós, do neopentecostalismo) é o fato de ser uma típica religião das classes dominadas, que guarda para si algumas das principais marcas desse modelo de religiosidade, além de estar em clara sintonia com as modernas formas de exclusão e de dominação engendradas pelo capitalismo e pela modernidade. Além disso, a sua expansão, bem como a sua plasticidade e a autonomia do seu desenvolvimento permitem, na visão desse autor, a formação de variações discursivas que atendem porções diversas de moradores da periferia urbana (tanto de setores da ralé estrutural quanto batalhadores em busca de ascensão social). A percepção de tais variações pode ser vista, por exemplo, de acordo com Souza (2012), na relação que pode ser estabelecida entre os discursos religiosos sobre a fé no futuro e à forma prática de conduzir a vida (sobretudo a vida privada).

Para o autor, a institucionalização e a atualização da crença em um futuro encontrariam seus espaços de operação no templo, onde os fiéis teriam acesso aos “serviços de cura”, aos “propósitos de Deus”, aos “testemunhos de sucesso”.

Importante destacar que a igreja, compreendida como um empreendimento econômico que se denega como tal, manifesta-se como recusadora das relações de trabalho (manifestadas, por exemplo, no uso maciço do voluntariado), das relações de produção e de exploração (eufemizadas por meio da metáfora da família), bem como das relações de consumo (observadas, por exemplo, na lógica do tabu da explicitação e da troca de dádivas).

Este último ponto, inclusive, é fundamental no âmbito deste artigo, na medida em que pressupõe que as instituições religiosas precisam, a partir de seu capital religioso, lidar com as demandas do laicato. O corpo sacerdotal (detentor do conhecimento sagrado) negocia com os leigos os seus bens: comprometidos com o sagrado, marcados por signos e significados, fornecedores de regras e de sentidos aos grupos religiosos. Como afirma Rosendahl (2003, p. 190), sobre a produção dos bens simbólicos religiosos:

Nos estudos realizados por Weber (1964), essa produção está institucionalmente assentada. Segundo ele, os sacerdotes formam o corpo de especialistas religiosos incumbidos da gestão dos bens de salvação, constituindo-se nos detentores exclusivos da produção ou reprodução desses bens simbólicos. O segredo do sagrado confere poder aos especialistas religiosos, cabendo aos leigos, crentes e fiéis, a categoria de destituídos do capital religioso e excluídos do trabalho simbólico, pelo simples fato de que não possuem o conhecimento para o exercício desse poder sagrado.

Nessa mesma direção, Bourdieu (1987, p. 102) destaca o fato de que o desenvolvimento de um sistema de produção de bens simbólicos é “[...] paralelo a um processo de diferenciação cujo princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos, e cujas condições de possibilidades residem na própria natureza dos bens simbólicos”.

Assim, para esse autor, os bens simbólicos constituem uma realidade de dupla face, qual seja, a de mercadorias e a de significações, cujos valores propriamente culturais e mercantis subsistiriam independentes. Trias (2000) sistematiza três etapas para a análise do acontecer simbólico. São elas: a existência da forma simbólica; o acontecimento simbólico, dado em um tempo e em um espaço sagrados delimitados com condições que favoreçam a transformação da matéria em cosmos; e a consumação simbólica, momento de encontro entre as duas partes de um símbolo, as quais se unificam e o realizam.

Ao caracterizar esse mercado de bens simbólicos, Bourdieu (1996) chama a atenção, inicialmente, para o fato de que nele há um intervalo de tempo (presente na transação entre quem dá e quem recebe), que tem como objetivo a distinção entre o que seria uma troca puramente comercial e o que ele denomina como dádiva. Na dádiva, de acordo com o autor, o “ato inicial”, o “presente” dado ao outro, implica um atentado à liberdade de quem o recebe, ou seja, contém uma ameaça. Dito de outra forma, ele obriga quem

recebe o presente a exercer certa retribuição com um acréscimo, criando, assim, devedores.

Quando esquecemos que quem dá e quem recebe estão preparados e inclinados, por todo um trabalho de socialização, a entrar sem intenção nem cálculo de lucro na troca generosa, cuja lógica se impõe a eles objetivamente, podemos concluir que a dádiva gratuita não existe, ou que é impossível, já que só podemos imaginar os dois agentes como calculistas, tendo como projeto subjetivo fazer o que fazem objetivamente, de acordo com o modelo lévi-straussiano, isto é, uma troca que obedece à lógica da reciprocidade (Bourdieu, 1996, p. 161-162).

A segunda propriedade da economia das trocas simbólicas é, para Bourdieu (1996), o “tabu da explicitação”. Trata-se, fundamentalmente, da ideia de que, nesse tipo de mercado, o preço precisa ficar, necessariamente, oculto. Assim, para o autor, a recusa à lógica do preço é uma forma de recusa do cálculo e do calculismo próprios do campo econômico. “Tudo se passa como se nos puséssemos de acordo para evitar de nos pormos explicitamente de acordo a respeito do valor relativo das coisas trocadas, para recusar toda definição prévia, explícita, dos termos da troca, isto é, do preço” (Bourdieu, 1996, p. 162-163).

Essa recusa do econômico e, por que não dizer, do mercado, é exercida, principalmente, conforme Bourdieu (1996), por um trabalho de transfiguração das relações econômicas de exploração (transfiguração pelo verbo, mas, também, pelos atos). Destarte, para o autor, os agentes engajados nessa economia das trocas simbólicas tenderiam a gastar grande parte de sua energia mascarando a realidade cruel da exploração de um grupo social sobre outro (homem/mulher, patrão/empregado, etc.), por meio da transformação dela (exploração) em uma relação doméstica de familiaridade.

O trabalho de domesticação [...], necessário para transfigurar a verdade objetiva de uma relação, é criação de todo o grupo, que o encoraja e recompensa. [...] é preciso que exista um mercado para as ações simbólicas conformes, que haja recompensas, lucros simbólicos, com frequência, conversíveis em lucros materiais, que se possa ter interesse pelo desinteresse, que aquele que trata bem seu empregado seja recompensado (Bourdieu, 1996, p. 169).

Para Bourdieu (1996), um dos efeitos dessa transfiguração das relações de dominação e de submissão em relações afetivas é a transformação do poder em carisma ou em um encanto adequado a suscitar um encantamento afetivo. Ainda de acordo com o autor, o reconhecimento da dívida tornar-se-ia reconhecimento ou, até mesmo, um sentimento duradouro em relação ao autor do ato generoso. Nesse viés,

[p]ara que o ato simbólico tenha, sem gasto visível de energia, essa espécie de eficácia mágica, é preciso que um trabalho anterior, frequentemente invisível e, em todo caso, esquecido, recalcado, tenha produzido, naqueles submetidos ao ato de imposição, de injunção, as disposições necessárias para que eles tenham a sensação de ter de obedecer sem sequer se colocar a questão da obediência (Bourdieu, 1996, p. 170-171).

Sobre esse aspecto, Bourdieu (1987, p. 55) chama a atenção para a ideia (profundamente inspirada em Weber) de carisma. Para o autor, carisma é um conceito que designa “[...] as propriedades simbólicas que se agregam aos agentes religiosos na medida em que aderem ao

poder simbólico que lhes confere o fato de acreditarem em seu próprio poder simbólico”. Tal ideologia carismática tem como uma suas partes componentes, de acordo com Bourdieu (1987), as ideologias da revelação, da inspiração ou da missão.

Se é preciso recusar ao carisma o estatuto de uma teoria sociológica da profecia, não obstante toda teoria da profecia deve reservar um lugar ao carisma como ideologia profissional do profeta, condição da eficácia específica da profecia, na medida em que conserva a fé do profeta em sua própria “missão” e ao mesmo tempo lhe fornece os princípios de sua ética profissional, sobretudo a recusa pública de todos os interesses profissionais (p. 55, grifo do autor).

No que diz respeito ao mercado de bens simbólicos religiosos, um elemento importante precisa ser levado em conta, de acordo com Bourdieu (1987), qual seja, o discurso religioso que acompanha a prática. Para esse autor, a religião pode ser interpretada como uma forma de linguagem (um instrumento de comunicação e de conhecimento) que se configura como um veículo simbólico-estruturante, o qual possibilita a construção de um consenso acerca de certos signos e de seus respectivos sentidos. Nesse sentido, ao tratar especificadamente do universo pentecostal de pregações e testemunhos, Cortês (2014) ressalta o fato de que a história de vida, tanto de pregadores executivos quanto de mendicantes, se constitui, também, como uma mercadoria a ser negociada no mercado de bens simbólicos religiosos. Dessa forma, nesse mercado específico de pregações e de testemunhos, as histórias de sofrimento (uso de drogas, mendicância, entre outras) ou de desvio de conduta (ex-presidiários, ex-assaltantes, entre outras) dos indivíduos são combinadas com passagens do Velho e do Novo Testamento e fornecidas, performativa e discursivamente, aos fiéis. Nesse mesmo viés, Oliveira (2010, p. 189), a partir de uma perspectiva bourdiesiana, investiga as estratégias de legitimação dos “[...] novos movimentos religiosos” (neopentecostais), partindo do entendimento de que eles elaboram um complexo jogo de distanciamentos e de aproximações com relação ao credo e à ética, muitas vezes, guiados por um senso prático que busca a utilização e a (re)significação de determinados bens simbólicos.

Para a análise sobre o neopentecostalismo, devemos nos atentar para o fato de que se trata de uma religião, em uma escala weberiana de magia e ética, predominantemente mágica. Como Benedetti (2000) sugere, há um novo cenário atual e nele a religião deixa de possuir um princípio ético, ordenador da vida individual, e apresenta-se cada vez mais próxima das condições materiais da vida, relacionada ao controle de incertezas e à resposta a problemas. A novidade e a atualidade desse cenário hodierno modificam, também, o mercado de bens simbólicos e as suas redes. Nesse sentido, o neopentecostalismo, acomodado aos valores mundanos, não faz quaisquer restrições das tecnologias, uma vez que o propósito é disseminar o seu discurso teológico. Assim, vende-se de tudo no mercado de bens simbólicos neopentecostal: camisetas camufladas do exército do Senhor, CDs e DVDs de canções e testemunhos, pregações veiculadas em redes sociais, broches, recipiente de vidro com areia do Monte Sião, garrafa plástica com água abençoada pelos líderes religiosos, entre muitos outros itens.

Procedimentos metodológicos

Para a realização deste trabalho, de natureza essencialmente qualitativa, foram realizadas 15 entrevistas semiestruturadas com pastores e fiéis da instituição religiosa neopentecostal pesquisada (respectivamente, 5 pastores e 10 fiéis). Para isso, foram utilizados dois roteiros de entrevistas distintos (um para os líderes religiosos e outro para os fiéis) que contemplavam quatro eixos temáticos principais: dados pessoais, vida religiosa pregressa, vida religiosa atual e um que abarcava as dimensões do econômico, do político e do lugar. No caso específico do roteiro de entrevista dos líderes religiosos, havia, ainda, um eixo temático que tinha por objetivo caracterizar a igreja estudada. No que diz respeito à escolha dos sujeitos de pesquisa, priorizou-se por uma gama variada de perfis (homens e mulheres de diferentes idades e áreas profissionais) e a presença e/ou vivência no cotidiano da instituição religiosa. Como forma de garantir o anonimato dos entrevistados, optou-se, conforme pode ser observado no Quadro 1, pela utilização de nomes fictícios inspirados em personagens religiosos.

Quadro 01: Caracterização dos entrevistados

Sujeitos da pesquisa	Idade	Orientação Sexual	Etnia	Escolaridade
<i>Lideranças religiosas:</i>				
Pedro	37 anos	Heterossexual	Branco	Superior Incompleto
Davi	31 anos	Heterossexual	Pardo	Superior Incompleto
Tiago	28 anos	Heterossexual	Amarelo	Ensino Médio Completo
Lucas	30 anos	Heterossexual	Pardo	Superior Completo
Miriam	28 anos	Heterossexual	Branca	Superior Completo
<i>Fiéis:</i>				
Maria	19 anos	Heterossexual	Branca	Superior Incompleto
Ester	25 anos	Heterossexual	Branca	Superior Completo
Lázaro	20 anos	Heterossexual	Branco	Superior Incompleto
Paulo	54 anos	Heterossexual	Pardo	Pós-Graduação
Matheus	27 anos	Heterossexual	Negro	Superior Incompleto
Marcos	24 anos	Heterossexual	Branco	Pós-Graduação
Gabriel	18 anos	Heterossexual	Pardo	Superior Incompleto
André	22 anos	Heterossexual	Branco	Superior Incompleto
José	38 anos	Heterossexual	Não respondeu	Superior Completo
Priscila	19 anos	Heterossexual	Branca	Superior Incompleto

Fonte: Dados da pesquisa

Após a realização das entrevistas, que aconteceram em diversos lugares da cidade, elas foram transcritas e, depois de uma leitura atenta do texto, realizamos uma conferência de fidedignidade (cada entrevista contou com uma média de uma hora e vinte e três minutos). Tal procedimento teve como

objetivo a eliminação de cacofonias, vícios de linguagem, repetição excessiva de palavras, entre outros aspectos linguísticos. Para a análise das entrevistas, utilizou-se a Análise de Discurso (AD), de vertente francesa. Tal disciplina é estabelecida pelo cruzamento de epistemologias distintas, pertencentes às áreas da Linguística, do Materialismo Histórico e da Psicanálise, visa interrogar os sentidos instituídos em diversas formas de produção, que podem ser verbais e não-verbais. De acordo com esse ponto de vista, a linguagem é observada não apenas como forma linguística, mas também como materialização da ideologia, sendo todo o dizer ideologicamente marcado.

Reconhecendo um mercado neopentecostal de bens religiosos

Ao tratar sobre as particularidades da constituição do campo religioso, Bourdieu (1987) aponta que esse campo compreenderia o conjunto das relações que os agentes religiosos manteriam entre si no atendimento à demanda do laicato. Haveria, nesse sentido, duas fontes claras de tensão internas ao campo religioso: a que opõe agentes especializados à autoprodução dos leigos; e a que opõe, entre si, os agentes especializados no atendimento às demandas leigas (como citamos anteriormente). As fronteiras do campo religioso seriam edificadas, portanto, nas diversas distinções simbólicas entre o monopólio do saber sagrado e da ignorância profana, bem como no combate a toda produção religiosa de autoconsumo. Além disso, segundo uma lógica de mercado, as religiões dominantes tenderiam a impedir a entrada de novas empresas de salvação concorrentes, esforçando-se para preservar o capital de controle do acesso aos meios de produção, reprodução e distribuição dos meios de salvação.

Ao analisarmos a Instituição Religiosa Neopentecostal (IRN), fundada em fins da década de 1980, no interior de Minas Gerais, é possível observarmos que, desde o início, essa instituição ocupava um *locus* de “subversão”, tanto no campo religioso brasileiro, em geral, quanto no Evangélico, em específico. Importante ressaltar que essa igreja surgiu de uma dissidência da Igreja Shalom (no momento da realização da pesquisa, ela contava com uma comunidade de, aproximadamente, cem fiéis governados por cinco lideranças religiosas). Fundada a partir de um grupo que encontrava fortes resistências provenientes do tradicionalismo religioso evangélico, que preestabelecia modos de pensar e de agir desconectados do contemporâneo e, portanto, vazios de sentido para os fiéis mais jovens, a IRN aproximou-se de grupos sociais comumente marginalizados no espaço urbano, construindo um discurso pautado nas ideias de diferença e de emancipação.

Como pode ser observado na seleção lexical do fragmento discursivo (001), o surgimento da IRN é descrito, pelo enunciador, por meio da figura da tribo. É importante destacarmos, nesse ponto, que, etimologicamente, a palavra “tribo” vem do latim *tribus* e significa “grupo menor”. Ao compreendermos a mesma palavra, sob uma perspectiva mais ampla, ela designa um grupo de pessoas que partilha interesses, gostos e relações de

amizade. Sob essa ótica, é possível observar que a IRN nasceu por meio da ação de um grupo com identidades culturais bem definidas e, porque não dizer, de nicho. Ainda sobre esse aspecto, destacamos, na seleção lexical do fragmento discursivo (002), que as principais lideranças originais da instituição vieram de tribos urbanas presentes na cidade, as quais são, fundamentalmente, relacionadas aos jovens (*rock, skate, funk*), e que, talvez, seja uma das explicações possíveis sobre o posicionamento “subversivo” que a instituição ocupa no campo religioso brasileiro (especialmente no evangélico). Convém frisar que, diferentemente do que Cortês (2014) sublinhou acerca do mercado de pregações e de testemunhos, no caso específico estudado, as lideranças religiosas da instituição parecem não se utilizar de histórias de vida baseadas no sofrimento como mercadoria, mas sim em relatos de vida alternativa.

(001) *Ela veio de uma tribo, vou chamar assim, de um estilo e de uma cultura específica [...] Ela surgiu para atender uma demanda de um grupo, que para a cidade, na época, era um grupo específico, era uma tribo específica, ela surgiu por causa disso (Paulo, fiel).¹*

(002) *Porque, esse meio onde a igreja surge, nós viemos dele. Nós somos dele. Então, eu estava falando assim... tem o rock. O Pedro é roqueiro. Ele era galã, né, vestia igual mulher, tinha uns negócios assim... Então você pega o Lucas, que é skatista. Ele está na tribo do skate. Eu to na tribo do funk, das festinhas, tudo (risos). Então, nós estamos nesse meio, mas a partir do momento que encontramos a igreja decidimos seguir uma vida diferente ao qual a gente pegou um ponto diferente de viver, a gente não se desligou daquilo [...]. Então, tem o porquê disso aqui, porque dentro dessa tribo está cada um de nós. E porque que até hoje permanece, por mais que as tribos não aconteçam? Porque todas as tribos têm pessoas na igreja. A igreja é muito nova, tanto em idade quanto em pessoas que vêm. Então, você vê ali muitos meninos de 17, 18 anos, que fazem parte dessa tribo inteira. Então, eu acredito que independente da tribo que aconteça, a gente vai estar inserido em todas. É por isso que a gente surgiu nela e vai morrer nela [na cidade] (Tiago, liderança).*

Um outro ponto associado a esse é o de que, ao se posicionar “tribalmente” no campo religioso, a instituição parece buscar o atendimento de demandas de um laicato que é composto, essencialmente, por grupos sociais marginalizados (ou até mesmo estereotipados) no espaço urbano. Conforme pode ser visto na seleção lexical do fragmento discursivo (003), a defesa desse posicionamento aparece por meio de uma clara intertextualidade realizada pelo enunciador ao utilizar relatos da Bíblia, por exemplo, no caso da cena do evangelho em que Jesus se coloca diante dos acusadores de uma mulher adúltera que estava sendo castigada. Ao fazer referência a essa cena bíblica, o enunciador parece querer marcar uma posição discursiva “alternativa”, que se contrapõe a certo tradicionalismo religioso, defendendo uma atuação da IRN junto àqueles que são “odiados” ou “que pensam diferente”, ou seja, que não são o “público tradicional” das principais correntes evangélicas brasileiras.

(003) *Eu acho que não tem, que se fosse assim Jesus teria se relacionado somente com os fariseus, só com os seus, os escribas e seu pessoal. Você vê que Jesus se relacionava, no que se refere a conversas, amizades e tal... Com prostitutas, cobrador de impostos...*

1 A transcrição das falas não foi editada.

Com essa galera que era odiada. Com pescador, ignorante... Essas pessoas, Jesus se relacionava. Então, assim, não vejo sentido nisso. Nós temos que nos relacionar com pessoas que pensam diferente da gente (Mateus, fiel).

Essa aversão a um certo tradicionalismo religioso evangélico pode ser vista, ainda, nos fragmentos (004) e (005). No fragmento (004), em especial, o enunciador se utiliza da figura explícita da prisão para representar a sua participação em uma instituição religiosa evangélica tradicional. Também podemos notar, nesse mesmo fragmento, a utilização, por parte do enunciador, de pelo menos dois percursos semânticos, quais sejam: a relação com certa religiosidade tradicional em um passado próximo e representada, como dito anteriormente, como uma prisão (que não dá espaço para qualquer tipo de questionamento), e a relação com a IRN na atualidade, associada a certa ideologia de questionamento e/ou de alternatividade. Convém evidenciar a utilização, por parte do enunciador do fragmento discursivo (005), de temas explícitos, como as ideias de emancipação e de liberdade associadas à instituição religiosa pesquisada.

(004) Na [IRN], eu me livre de muita prisão, me livre de prisão de religiosidade, de ter que ir em culto... Eu entendi que eu não preciso de culto. E já são três anos, três anos assim [...]. Hoje, eu duvido de tudo, questiono tudo. Não que eu não acredito nas coisas. Eu gosto de questionar, pensar, não gosto de simplesmente aceitar. Então, o IRN me ensinou isso (Marcos, fiel).

(005) Na [IRN], a minha sensação com o [IRN] é de emancipação. Não tem como dissociar das fases da sua vida, mas é também uma emancipação assim, de se libertar daquilo que você acha, às vezes, que é sua religião, sua relação com Deus... (Miriam, liderança).

Esse caráter “subversivo” (“alternativo”) parece ser compartilhado pelos principais agentes da instituição e faz com que possamos pensar na possibilidade da existência de um *habitus* de cunho bourdiesiano na IRN. Compreendido como uma “máquina” que transforma estruturas sociais em estruturas mentais por meio de processos de interiorização e de exteriorização, o *habitus* bourdiesiano parece ser “construído”, na instituição religiosa pesquisada, pela criação de uma relação doméstica de familiaridade que transforma as relações de dominação e de submissão em relações afetivas. Derivado disso, e consoante ao que podemos observar na seleção lexical do fragmento discursivo (006), esse clima de familiaridade é construído, na igreja, pela vivência de diversos momentos de comunhão entre os fiéis (café da manhã, reuniões, entre outros).

(006) É, são instrumentos assim que a gente usa justamente pra fazer com que crie esse ambiente agradável, esse ambiente que as pessoas gostam de estar. Ninguém que gosta de rock vai ficar num show de sertanejo, de forró... Então, acaba que o estilo, a forma como a gente usa é o meio que a gente mantém essa unidade, mantém esse vínculo que a gente está junto, né? Então, café da manhã é uma forma, a música, as reuniões, tudo isso para criar esse ambiente relacional, esse ambiente agradável pra gente está junto. [...] É por conta de tirar esse estereótipo que as pessoas têm da igreja formatada, de ser tudo igual, ser tudo aquela forma, o pastor de terno e gravata lá na frente e tudo, justamente pra quebrar esse paradigma que as pessoas têm e que muitas, a grande maioria, têm aquela rejeição. Então, às vezes, se ela [o fiel, a pessoa] encontrar um ambiente mais informal do que um ambiente que ela já está acostumada, que às vezes ela já teve uma experiência anterior, então isso já é um primeiro passo já para que ela vá

de encontro àquilo que é a mensagem que a gente quer passar, então isso é proposital mesmo, a gente não ter esse estereótipo de uma igreja que as pessoas têm (Lucas, liderança, grifos nossos).

(007) Acho que isso é bom e um pouco atrativo para as pessoas, porque para quem está lá, a gente não pensa “a gente faz isso porque a gente quer aparecer” ou alguma coisa assim. Não! Mas é atrativo para as pessoas, as pessoas olham assim e pensam “nossa, mas como assim!?”. Inclusive teve uma menina que foi para lá e pergunta constantemente sobre as coisas... Questão de música que não é evangélica, questão de sair para os lugares... Então, assim, o lugar lá da igreja é atrativo, porque as pessoas pensam: “como assim, isso aqui é uma igreja!”, “como assim, do lado de uma barbearia e um estúdio de tatuagem!?” Então é uma coisa que as pessoas ficam meio que chocadas (Maria, fiel, grifos nossos).

Diante disso, importante evidenciarmos, ainda, a presença de outros conceitos bourdieusianos, como o de *ethos* e da *aesthesis*. No que diz respeito ao primeiro, que pode ser compreendido como a dimensão moral da conduta dos agentes no interior dos campos, notamos, por meio da seleção lexical do fragmento discursivo (002), que o enunciador, ao adentrar na instituição religiosa, toma a clara decisão de seguir uma “vida diferente”, o que é compartilhado pelos demais participantes. Essa “vida diferente” trata-se, substancialmente, do exercício de uma nova moralidade, contrária àquela em que ele vivia. No que diz respeito ao conceito de *aesthesis* (dimensão de gosto e estilo presentes no comportamento dos agentes), podemos observar, por meio dos relatos apresentados nos fragmentos (006) e (007), que elementos como gosto musical e estilo de vestimenta, entre outros, encontram-se presentes.

Bourdieu (1996), ao caracterizar um mercado de bens simbólicos, chama a atenção para a distinção entre as dimensões da dádiva e do “toma lá da cá” (lembrando que a ideia de dádiva, para o autor, é parte desse mercado de bens simbólicos). Diferentemente disso, na IRN os pastores são consultados para resolver problemáticas da vida cotidiana dos fiéis. Eles são, metaforicamente, como pode ser visto no fragmento discursivo (008), os “para-raios” atingidos por problemas alheios corriqueiros (os comumente chamados “b.o’s”, abreviatura para boletins de ocorrência). Também fica evidente, a partir do mesmo fragmento, que os meios utilizados pelos fiéis em suas buscas de aconselhamento com as lideranças religiosas são os virtuais (*Whatsapp*, *Facebook*). Tal fato, a nosso ver, reafirma o caráter contemporâneo da instituição religiosa.

(008) Então acaba que os b.os., o pessoal vem primeiro na gente. [...] Mas assim, vamos falar, o para-raio é a gente, já vem e procura a gente, então é Whatsapp, é chat no Facebook (Lucas, liderança).

Como pode ser observado no fragmento discursivo (009), para a detecção e a resolução dos problemas cotidianos dos leigos, fica nítida a necessidade do exercício da sensibilidade (certa relação de afetividade) e da percepção por parte do líder religioso. Há um interdiscurso subjacente nesse fragmento que é subdividido em duas unidades discursivas: a da iniciativa (“*Eu tenho que me policiar também para ter mais essa sensibilidade, porque a pessoa não vai te procurar*”) e a da receptividade (“*Mas também tem isso de a pessoa falar que precisa conversar*”). Nesse sentido, os fiéis são classificados, pelos pastores, em dois subgrupos distintos: o daqueles que

procuram as lideranças para resolver seus problemas (exigindo delas que sejam receptivas, que os ouçam e os aconselhem); e o daqueles que precisam ser abordados para iniciarem os seus “desabafos”. É possível, ainda, que a liderança religiosa negocie o atendimento à determinada demanda do fiel (“*Mas têm algumas pessoas que eu tenho mais facilidade de perguntar se dá para esperar a outra semana*”), o que demonstra certa liberalização de costumes permitida não apenas aos fiéis, mas também às lideranças.

(009) *A gente sente isso também... Às vezes, você vai “ué, você está sumido... E aí, está tudo bem?”. Eu tenho que me policiar também para ter mais essa sensibilidade, porque a pessoa não vai te procurar. Faz parte da liderança ter essa sensibilidade, essa percepção, porque a pessoa não vai conseguir te falar. Mas também tem isso de a pessoa falar que precisa conversar. “Olha, é aquele mesmo assunto”. “Ok, vamos lá, vamos conversar”. Mas tem algumas pessoas que eu tenho mais facilidade de perguntar se dá para esperar a outra semana e essas coisas... (Miriam, liderança).*

O processo de busca dos fiéis para a resolução de suas demandas pode gerar o entendimento, por parte das lideranças religiosas, de que estão sendo expropriadas ou sugadas, como podemos verificar no fragmento discursivo (010): “*Têm pessoas que só vêm para sugar. Eu não tô falando que tenha algo de bom para ser sugado, não é isso. Mas vir para tentar sugar até a paz que a gente tem. Eu falo assim, pessoa sanguessuga mesmo. Aquela pessoa que vem só para pegar o que você tem, embora a gente não tenha nada*”. Por isso, o trabalho de aconselhamento não pode ser compreendido como uma troca ou como um diálogo que serve para o amadurecimento dos dois atores sociais envolvidos, mas como uma relação desigual de exploração, na qual o fiel suga e o líder religioso é sugado. Em outros termos, o fiel ganha (positivo), enquanto o pastor perde (negativo). Nesse sentido, a expressão “*embora a gente não tenha nada*” soa como uma negação do trabalho desenvolvido pela igreja. Sobre isso, é importante destacarmos que os problemas cotidianos (motrizes das procuras dos fiéis pelas lideranças religiosas) podem pertencer ao fiel ou a pessoas que o circundam (“*Têm pessoas que vêm por problemas financeiros [...]. Ou pessoas pra ajudar terceiros. Mas que também se tornam pessoais*”).

(010) *Têm pessoas que só vêm pra sugar. Eu não tô falando que tenha algo de bom pra ser sugado, não é isso. Mas vir pra tentar sugar até a paz que a gente tem. Eu falo assim, pessoa sanguessuga mesmo. Aquela pessoa que vem só pra pegar o que você tem, embora a gente não tenha nada. Aquele negócio de colocar você no pedestal [...]. Têm pessoas que vêm por problemas financeiros [...]. Ou pessoas pra ajudar terceiros, mas que também se tornam pessoais. “A minha amiga está passando por isso, preciso que você ajude ela” (Tiago, liderança).*

Em conformidade com Bourdieu (1996), especialmente no que diz respeito à ideia de “tabu da explicitação” (parte característica dos mercados de bens simbólicos), existe, na instituição religiosa pesquisada, um discurso de negação de objetos mediadores por parte dos fiéis e dos pastores, inclusive do próprio dinheiro. Como podemos observar na seleção lexical do fragmento discursivo (011), há, ao mesmo tempo, uma ideologia defendida (a da venda de objetos/produtos mundanos que financiem um objetivo da instituição) e uma ideologia combatida (a de objetos consagrados que medeiam a relação indivíduo-transcendência, práticas do neopentecostalismo tradicional).

(011) *Acho que é um comércio da fé. Acho que é também contrário ao evangelho de Jesus, tanto é que, se for ver, tem no evangelho lá um episódio que a galera estava vendendo dentro do templo e Jesus fica puto, porque ele fala assim “gente, aqui não é o lugar”, e acho manipulador. Quase demoníaco, porque, assim, você usa da carência da pessoa pra ter um ganho. Isso é muito desonesto [...]. Acho péssimo, pecado, demoníaco, porque você, a pessoa coloca o coração dela naquilo e você sabendo que não é real, você vende assim mesmo. É muito desleal. Entendeu? (Ester, fiel).*

(012) *Ai, meu Deus. Eu acho isso muito perigoso, porque liga uma questão de fé das pessoas com um produto (Miriam, liderança).*

Nesse sentido, a opinião geral imediata é a de que a venda de artigos religiosos no espaço do templo é um “comércio da fé”. Assim, no fragmento discursivo (011), vemos, por meio da intertextualidade, uma referência ao livro de Mateus, capítulo 21, trecho no qual Jesus entra no templo e reafirma o seu caráter de “casa de oração”, derrubando as mesas dos cambistas e as cadeiras dos que vendiam pombos (“*tem no evangelho lá um episódio que a galera estava vendendo dentro do templo e Jesus fica puto, porque ele fala assim ‘gente, aqui não é o lugar’*”). Importante frisarmos que não há, por parte do enunciador, uma contextualização histórica da narrativa, que é transportada *ipsis litteris* para a atualidade e gera a interpretação de que hoje também não se deve comercializar objetos na igreja. No que diz respeito aos adjetivos associados a tal venda, eles são, significativamente, negativos (“desonesto”, “péssimo”, “pecado”, “demoníaco”).

Ao contrário disso, a venda de objetos na IRN é bem aceita quando o seu objetivo é pragmático (interdiscurso emergente), propiciando resoluções de ordem prática. Caso o propósito destoe do pragmatismo, a comercialização é compreendida como mascaramento: “*Vender coisas na igreja, beleza, pra mim não tem problema nenhum... Contanto que você não tente mascarar as coisas pra vender mais*”), ou como roubo (“*Então, eu acho que isso é um meio de roubar dinheiro das pessoas. Meio pelo qual você vai usufruir de um direito que não é seu pra pegar dinheiro de alguém*”).

(013) *Porque o que eu penso a respeito disso é o seguinte: vender coisas na igreja, beleza, pra mim não tem problema nenhum... Contanto que você não tente mascarar as coisas pra vender mais. Exemplo: estamos precisando de recursos na igreja pra fazer um retiro, e aí precisamos arrecadar dinheiro. O que que a [IRN], por exemplo, faz: vende uma torta, um cachorro quente no final do culto, faz um churrasquinho, espetinho... Ou coisa do tipo. Então aquele dinheiro lá vai para o acampamento (Mateus, fiel).*

(014) *Eu acho isso um roubo, em alguns pontos. A minha avó uma vez tinha uma cruz que vinha com uma água do Rio Jordão. Que diferença faz essa água? Então, eu acho que isso é um meio de roubar dinheiro das pessoas. Meio o qual você vai usufruir de um direito, que não é seu pra pegar dinheiro de alguém. Agora comercialização de algo [...]. O Pedro tem os livros dele, então, quando ele viaja esse livro é um meio de ajudar ele na gasolina, no trabalho dele. Então, quando ele chega em um lugar e fala “gente, eu tenho um livro”, ele não está te enfiando por goela abaixo, você opta por comprar o livro (Tiago, liderança).*

É possível inferirmos, a partir da leitura da parte final do fragmento (014), que o enunciador considera a venda de objetos consagrados como algo forçado, imposto pelas lideranças contrariamente à vontade do fiel, pois elas os enfiam goela abaixo (“*ele não está te enfiando por goela abaixo*”). Emanada,

do mesmo fragmento, uma figura que é negada: a da liderança religiosa que obriga os fiéis a adquirirem artigos religiosos mediadores, como uma mãe (figura de autoridade) que força o seu filho (figura de submissão) a ingerir algo ruim, como um remédio (figura representativa de objetos mediadores vendidos). Todavia, a compreensão é modificada quando se trata da venda pragmática de artigos mundanos para financiar os interesses da instituição religiosa neopentecostal pesquisada: o fiel não é mais forçado, ele opta por adquirir o que é vendido (“*you opta por comprar o livro*”).

No que se refere ao *dízimo*, este se configura como a oferta da décima parte de lucro do fiel para a instituição religiosa em que congrega. Menos por razões bíblicas e mais por questões que dizem respeito à manutenção da igreja, o *dízimo* é cobrado na instituição neopentecostal investigada. Percebemos uma compreensão geral, por parte de fiéis e das lideranças religiosas dessa instituição, de que ele é necessário à sustentação de um “projeto coletivo” (“é um dos pontos do próprio sustento e manutenção do lugar, do ambiente;” “*A gente gasta junto e paga junto*”):

(015) *Então, a questão financeira da igreja é um dos pontos do próprio sustento e manutenção do lugar, do ambiente. A gente costuma comparar bastante com relação à família: quando a gente é criança, nosso pai e a nossa mãe põem comida na mesa, paga as contas, compra presente e tudo mais, mas à medida que a gente vai crescendo, amadurecendo, você vai tendo a dimensão e responsabilidade de que a gente faz parte de tudo aquilo ali. Então, quando a gente começa a trabalhar, a gente já tem um entendimento de que a gente precisa ajudar em casa, né? Você não vai deixar nas costas do pai e da mãe. Então, como a gente fala muito que a igreja, que o [IRN], a igreja é uma família, então é esse o entendimento, então a gente não cobra de menino, de criança que está ali, que às vezes não tem um trabalho, não tem condição de ajudar, mas de quem pode ajudar de outras formas, no serviço ou em outras formas que ela pode ajudar [...]. Mas esse entendimento é pros-membros já maduros, que entendem a sua responsabilidade como família, de pagar as contas e de sonhar junto aquilo que nós falamos que acreditamos (Lucas, liderança).*

(016) *Eu dizimo, e não é porque é simplesmente está no antigo testamento e ainda está no novo. O meu motivo de dizimar é por essa consciência de família. A gente gasta junto e paga junto. Acho também que tem a ver com maturidade, então, por exemplo, não vou cobrar de um bebê que ele pague a conta, mas de uma pessoa que trabalha, aí faz mais sentido. Bebê, no sentido, o cara acabou de converter, eu não vou ficar batendo na cabeça dele que ele tem que dizimar. Ele vai entender isso com a maturidade (Ester, fiel).*

Nos fragmentos (015) e (016), há uma comparação entre a responsabilidade financeira que se tem com a família e a que se tem com a igreja, a partir do pagamento do *dízimo* (“*A igreja é uma família*”; “*O meu motivo de dizimar é por essa consciência de família*”). A igreja é, dessa maneira, a segunda família do indivíduo, e ele deve auxiliá-la por meio do *dízimo*, como, provavelmente, faz em sua esfera privada. Assim, a família é tomada como uma figura pelos enunciadores, que reconhecem a analogia entre os sujeitos/elementos constitutivos da casa (o pai, a mãe, o filho e a comida) e os sujeitos/elementos constitutivos da igreja (as lideranças religiosas, o fiel e a comunhão). Emerge-se, a partir daí, um interdiscurso de responsabilização, contando com duas unidades discursivas: o sentido de família e o entendimento do significado do *dízimo* (“*que entendem a sua responsabilidade como família*”; “*Acho também que tem a ver com*

maturidade”). No fragmento (015), essas unidades são nítidas, pois há uma ideologia defendida, que é a compreensão de que a igreja necessita do dízimo para continuar a sua evangelização (“*Mas é esse entendimento, que nós somos responsáveis pelo ambiente, pelo espaço, mais pelo chamado que nós temos*”), e uma ideologia combatida, que são as premissas da Teologia da Prosperidade, praticadas em inúmeras outras igrejas neopentecostais (“*Porque o que a gente vê em outros lugares é a questão da troca né, você dá pra receber*”; “*não é só uma questão de dar pra você repreender o diabo na sua vida, pra não tirar seu emprego, não tirar seu dinheiro*”). Por fim, vale ressaltar que a figura do diabo é associada às mazelas econômicas, relativas ao emprego e ao dinheiro:

(017) *Porque o que a gente vê em outros lugares é a questão da troca né, você dá pra receber; na medida do tanto que você dá, da frequência que você dá pra Deus te abençoar de uma forma, e o nosso entendimento é totalmente contrário, que Deus já nos abençoou, que Deus já nos deu tudo o que a gente precisa [...]. Então não é só uma questão de dar pra você repreender o diabo na sua vida, pra não tirar o seu emprego, pra não tirar seu dinheiro, nada a ver. Mas é esse entendimento, que nós somos responsáveis pelo ambiente, pelo espaço, mas pelo chamado que nós temos, né? Então, se a gente sair dali e for pra outro lugar a consciência vai ser a mesma* (Lucas, liderança).

Por fim, observamos que o dízimo se configura como assunto recorrente na IRN. Assim, o seu sentido é explicado, constantemente, aos fiéis, que são aconselhados (caso não tenham entendido a sua importância) a procurar as lideranças religiosas para quaisquer esclarecimentos. Além disso, as pregações reforçam a importância das doações para a manutenção do templo, mas não são alicerçadas em nenhum trecho bíblico, o que não propicia uma compreensão teológica do dízimo.

Reflexões finais

Este trabalho teve como objetivo compreender as especificidades do mercado de bens materiais e simbólicos de uma denominação religiosa neopentecostal em particular, que foi fundada no final da década de 1980, em uma cidade do interior de Minas Gerais, a Igreja Pentecostal Shalom.

Pudemos observar, a partir da análise das entrevistas realizadas, que a Instituição Religiosa Neopentecostal (IRN) estudada ocupa uma posição “subversiva” (em termos bourdieusianos) dentro do campo religioso brasileiro, e no evangélico em específico. Tal realidade parece estar relacionada, especialmente, ao grupo que fundou a igreja e ao público que é atendido por ela. No que diz respeito ao primeiro, constatamos que a IRN foi criada a partir de agentes que vinham de grupos sociais marginalizados ou estereotipados em nossa sociedade (skatistas, roqueiros, funkeiros, entre outros). Esse posicionamento “subversivo” da igreja pôde ser notado, ainda, nas escolhas dos locais onde ela se localizava (no centro da cidade, em antigas oficinas de veículos, por exemplo), e pelas predileções estéticas de seus membros fundadores (a utilização de tatuagens, de roupas e de músicas não convencionais, etc.). Em relação ao público que é atendido por essa instituição religiosa, verificamos que ele provém de grupos urbanos (especialmente, de jovens) que, de alguma forma, não conseguiram se

encaixar em um certo tradicionalismo evangélico. Assim, eles parecem buscar, na IRN, certo ambiente informal (e agradável, acolhedor), que propicie sentimentos de liberdade, de emancipação e de questionamento.

Diferentemente da concepção bourdiesiana sobre a dicotomia entre a ideia de “dádiva” e do “toma lá, dá cá”, que diferencia a economia dos bens simbólicos, a IRN trabalha, na relação entre seus líderes e fiéis, a partir de uma lógica fundamentalmente transacional. Cumpre reforçarmos que os fiéis buscam, nessa igreja, a resolução prática e imediata de seus problemas cotidianos, em uma lógica economicista. Tal realidade parece aproximar essa instituição religiosa das demais representadas pelo ramo neopentecostal, as quais, não se afastam, de forma alguma, do que é essencialmente humano, em contraposição a uma postura de natureza contemplativa. Esse contato com o corpo sacerdotal parece, entretanto, utilizar-se de elementos comunicacionais contemporâneos, tais como o *WhatsApp* e o *Facebook*. Em um claro movimento à modernidade, e que, inclusive, reafirma o caráter contemporâneo dessa instituição religiosa, seus fiéis buscam a resolução de seus problemas por meios virtuais, gerando certa sensação de esgotamento por parte de seu pastor (que atende quase de maneira *on-line*).

Embora a questão do econômico apareça na perspectiva citada acima, há no âmbito da IRN uma clara denegação do econômico, o que a aproxima do que Bourdieu (1987) trata como sendo o “tabu da explicitação”. Essa negação do econômico está clara no tabu referente à comercialização de artigos materiais dentro do templo. Aliás, na IRN, o comércio de qualquer artigo somente é tolerado na medida em que seu uso seja totalmente pragmático (por exemplo, na venda de artigos para a realização de retiros espirituais).

Outro elemento presente na concepção bourdiesiana de mercado de bens simbólicos e que se encontra presente na IRN é a ideia de que a igreja constrói, intencionalmente, uma relação doméstica de familiaridade entre líderes e fiéis, a partir de um movimento de transfiguração das relações de dominação e de submissão em relações afetivas. Tal movimento é feito por meio da construção de um ambiente informal que utiliza pregações curtas e temáticas (vinculadas mais ao dia a dia do pastor do que, necessariamente, ao texto religioso); músicas (mesmo que mundanas) no decorrer dos cultos; cafés da manhã que reúnem fiéis e lideranças religiosas em um ambiente de diálogo e de confraternização; formação de grupos de estudos realizados fora do espaço da igreja (tais grupos, normalmente reunidos nas casas dos fiéis, não necessariamente tratam das escrituras, mas se configuram como um *locus* de discussão livre sobre problemas da vida cotidiana).

Este trabalho, por ter sido realizado em uma instituição religiosa neopentecostal específica e contemporânea, pode não servir a outras denominações religiosas (católica, espírita, candomblé, umbanda, etc.), ou a igrejas protestantes de primeira geração (batistas, metodistas, etc.) e de segunda geração (Assembleia de Deus, Universal, etc.). Contudo, tendo isso em vista, vemos que ele abre caminhos para futuros estudos relacionados à compreensão das especificidades do mercado de bens materiais e simbólicos em outras denominações religiosas brasileiras, bem como das afinidades eletivas entre o campo religioso e outros campos como, por exemplo, o artístico, o científico, o acadêmico e, porque não dizer, o político.

Agradecimentos

Agradecemos, imensamente, o trabalho realizado pelos avaliadores deste artigo, por melhorarem substancialmente o texto apresentado inicialmente pelos autores. Aproveitamos o ensejo para agradecer também o trabalho cuidadoso e profissional da editoria deste estimado texto.

Agradecemos, enormemente, à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelo apoio técnico e financeiro.

Referências

- Arribas, C. (2012). Pode Bourdieu contribuir para os estudos em Ciências da Religião? *NUMEN: Revista de Estudos e Pesquisa da Religião*, 15(2), 483-513.
- Benedetti, L. R. (2000). *Templo, praça, coração. A articulação do campo religioso católico*. São Paulo, Humanitas/FFLCH/USP.
- Borges, A. F., Enoque, A. G., Borges, J. F., & Almeida, L.L.S. (2015). Empreendedorismo religioso: um estudo sobre empresas que exploram o nicho da religiosidade. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(5), 565-583.
- Bourdieu, P. (1987). *A economia das trocas simbólicas* (6ª ed.). São Paulo: Perspectiva.
- Bourdieu, P. (1996). *Razões práticas: sobre a teoria da ação* (10ª ed.). Campinas: Papyrus Editora.
- Bourdieu, P. (1997). *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Bourdieu, P. (2004). *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: Editora Unesp.
- Bourdieu, P. (2005). *Esboço para uma auto-análise*. Lisboa: Edições 70.
- Bourdieu, P. (2007). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Bourdieu, P. (2008). *A economia das trocas linguísticas*. São Paulo: Edusp.
- Bourdieu, P. (2009). *O senso prático*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Bourdieu, P. (2010). *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Bourdieu, P. (2013). *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk Editora.
- Bourdieu, P. (2014). *A reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Bourdieu, P. (2015). *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos* (3ª ed.). Porto Alegre: Zouk Editora.
- Bourdieu, P. (2017). *Homo academicus*. Florianópolis: Editora da UFSC.
- Bourdieu, P. (2019). *Questões de sociologia*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Bourdieu, P., & Chartier, R. (2015). *O sociólogo e o historiador*. Belo Horizonte: Autêntica.

- Cortês, M. (2014). O mercado pentecostal de pregações e testemunhos: formas de gestão do sofrimento. *Religião & Sociedade*, 34(2), 184-209.
- Enoque, A. G., Borges, J. F. & Borges, A. F. (2014). Representações do lucro no comércio de artigos religiosos: interpretações do sagrado e do profano no cotidiano das organizações. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 13(3), 372-392.
- Enoque, A. G., Borges, A. F., & Borges, J. F. (2015). “Além do que se vê...”: análise do conceito weberiano de vocação à luz da dinâmica do empreendedorismo religioso. *Organizações & Sociedade*, 22(75), 505-520.
- Freitas, M. E. (2009). A mobilidade como novo capital simbólico nas organizações ou sejamos nômades? *Organizações & Sociedade*, 16(49), 247-264.
- Gonçalves, J. C. S., Serra, A. R. C., & Costa, C. E. S. (2007). A empresarização do sagrado: um estudo sobre a estruturação de igrejas protestantes brasileiras. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 6(2), 1-14.
- Jourdain, A., & Naulin, S. (2017) *A teoria de Pierre Bourdieu e seus usos sociológicos* (1ª. ed.). Belo Horizonte: Editora Vozes.
- Lahire, B. (2017). Os limites do conceito de campo. In Souza, Jessé & Bittlingmayer, Uwe. (org.). *Dossiê Pierre Bourdieu*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Machado-da-Silva, C. L.; Guarido Filho, E. R., & Rossoni, L. (2010). Campos organizacionais: seis diferentes leituras e a perspectiva de estruturação. *Revista de Administração Contemporânea*, Edição Especial, (5), 109-147.
- Mariano, R. (2014). *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Edições Loyola. 245p.
- Martinez, R. J. (2012). El neopentecostalismo como objeto de investigación y categoría analítica. *Revista Mexicana de Sociología*, 74(4), 649-678.
- Misoczky, M. C. A. (2003). Implicações do uso das formulações sobre campo de poder e ação de Bourdieu nos Estudos Organizacionais. *Revista de Administração Contemporânea*, Edição Especial, 09-30.
- Moraes, G. L. (2010). Neopentecostalismo – um conceito-obstáculo na compreensão do subcampo religioso pentecostal brasileiro. *REVER*, (2), 01-19.
- Murtinho, M. N., Castilho, F. M. B. M., Urdan, A. T. (2018). Declínio organizacional e contexto em organização religiosa: a Igreja Universal do Reino de Deus. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 17(2), 93-107.
- Oliveira, H. C. M. (2012). Espaço e religião, sagrado e profano: uma contribuição para a Geografia da Religião do movimento pentecostal. *Caderno Prudentino de Geografia*, (2), 45-72.
- Oliveira, P. A. R. (2010). A teoria do trabalho religioso em Pierre Bourdieu. In Teixeira, F. (org.). *Sociologia da religião: enfoques teóricos*. Belo Horizonte: Vozes.
- Orlandi, E. P. (2003). A Análise de discurso em suas diferentes tradições intelectuais: o Brasil. In *Anais do Seminário de Estudos em Análise de Discurso*, 10, 2003, Nov. 10-13; Porto Alegre, Brasil [CD-ROM]. Porto Alegre (RS): UFRGS.
- Passos, P. (2009). Neopentecostalismo na mentalidade do povo brasileiro: um deslocamento da fé para o mercado. *Horizonte*, 7(15), 167-177.
- Peci, A. (2003). Estrutura e ação nas organizações: algumas perspectivas sociológicas. *Revista de Administração de Empresas*, 43(1), 24-35.

- Pierucci, A. F. (2006). Religião como solvente: uma aula. *Novos estudos – Cebrap [online]*, (75): 111-127.
- Pierucci, A. F. (2013). *As cidades da diferença* (1ª ed.). São Paulo: Ed. 34.
- Pierucci, A. F., & Prandi, J. R. (1996). *A realidade social das religiões no Brasil: religião, sociedade e política* (1ª ed.). São Paulo: Hucitec.
- Portella, R. (2006). Discurso religioso, legitimidade e poder: algumas considerações a partir de Bourdieu, Foucault e Heller. *Fragmentos de Cultura*, 16(7/8), 567-576.
- Rivera, A. S. P., & Brito, M. J. (2015). A pesquisa como prática social: um estudo sob a perspectiva bourdieusiana. *Organizações & Sociedade*, 22(75), 561-581.
- Rosa, A. R., & Brito, M. J. (2009). Ensaio sobre violência simbólica nas organizações. *Organizações & Sociedade*, 16(51), 629-646.
- Rosa, A. R., & Brito, M. J. (2010). “Corpo e alma” nas organizações: um estudo sobre dominação e construção social dos corpos na organização militar. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(2), 194-211.
- Rosendahl, Z. (2003). Espaço, cultura e religião: dimensões de análise. In Corrêa, R. L., & Rosendahl, Z. (Org.). *Introdução à Geografia Cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Sanchis, P. (2003). O repto pentecostal à cultura católico-brasileira. In Antoniazzi, A. et al. (Ed.). *Nem anjos nem demônios. Interpretações sociológicas do pentecostalismo*. Petrópolis: Vozes.
- Serafim, M., & Andion, C. (2010). Capital espiritual e as relações econômicas: empreendedorismo em organizações religiosas. *Cadernos Ebape.br*, 8(3): 564-579.
- Silva, I., Xavier Filho, J. L. J., & Santos, E.C.D. (2020). Religião, sentido e dominação: uma organização religiosa analisada a partir da abordagem sociológica weberiana. *Pensamento & Realidade*, 35(2), 87-104.
- Souza Filho, O. V.; Silveira, R. Z.; Carrieri, A. P., & Teixeira, J. C. (2013). “Um arranjo produtivo em xeque”: campo, habitus e capital simbólico em um arranjo produtivo local moveleiro em Minas Gerais. *RAUSP*, 48(4), 671-687.
- Souza, J. (2012). *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Thiry-Cherques, H. R. (2006). Pierre Bourdieu: a teoria na prática. *Revista de Administração Pública*, 40(1), 27-55.
- Totaro, P. (2010). Misticismo do cálculo e a ascese consumista: razão e fé no crer sem pertencer e no neopentecostalismo. *Religião & Sociedade (Impresso)*, (30), 81-100.
- Trias, E. (2000). Pensar a religião: o símbolo e o sagrado. In Vattino, G., & Derrida, J. (Org.). *A Religião e o Seminário de Capri*, 109-124. São Paulo: Estação Liberdade.