

7

A PERFORMANCE
MERCANTILISTA
DAS PRINCIPAIS
IGREJAS
NEOPENTECOSTAIS
BRASILEIRAS

Paulo Jorge Lúcio

Mestre em Ciências das Religiões pela
Faculdade Unida de Vitória.

RESUMO

Este artigo analisa a questão do comércio da fé supostamente praticado pelo Neopentecostalismo. A base do discurso mercantilista neopentecostal é a Teologia da Prosperidade, uma ideologia que dá ao fiel o direito de obter de Deus a felicidade plena ainda aqui na terra, como saúde, enriquecimento e harmonia familiar. A condição para o recebimento dessas bênçãos é a fidelidade no pagamento dos dízimos e das ofertas especiais. Quanto mais se dá, mais se é abençoado. Ao que parece, a mercantilização da fé contraria a proposta do Jesus, o fundador do Cristianismo, que, ao expulsar os vendilhões e cambistas do templo, teria deixado claro que o Templo não deveria submeter-se ao Mercado. Entretanto, com sua mensagem de prosperidade, o Neopentecostalismo se alinhou com a ideologia neoliberal transformando a fé num produto e os crentes em consumidores desse produto.

Palavras-chave: Neopentecostalismo. Teologia da Prosperidade. Comércio da fé.

INTRODUÇÃO

Este artigo trata do Neopentecostalismo brasileiro, um novo segmento religioso surgido no final da década de 1970, cuja matriz é o Pentecostalismo Clássico. A intenção é analisar basicamente a questão do comércio da fé supostamente praticado pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e pela Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD). O trabalho é fruto da associação de pesquisa bibliográfica com pesquisa de campo, que resultou na dissertação de mestrado apresentada ao PPGCR da Faculdade Unida de Vitória. A pesquisa de campo consistiu em frequentar durante um ano e dois meses os cultos das igrejas pesquisadas nas cidades de Vitória e Alegre/ES. Isto permitiu ver *in loco* como de fato as coisas acontecem nesse mundo Neopentecostal.

NEOPENTECOSTALISMO E TEOLOGIA DA PROSPERIDADE

Minhas pesquisas me levaram a observar que esse novo ramo do Cristianismo evoluiu por um caminho que o diferencia das demais igrejas protestantes. Essa diferenciação está no modo de lidar com o dinheiro dos dízimos e das ofertas e na forma como instrumentaliza seus fiéis para consegui-los. Chama a atenção o fato de tratar-se de um segmento religioso protestante e, por isso, poder se presumir que, a exemplo das demais igrejas cristãs, tenham Jesus Cristo como mestre e modelo de conduta e a Bíblia como manual prático do seguimento desse Cristo. No entanto, segundo Leonildo Campos, "a Bíblia [...], encarada por outros grupos protestantes como regra única de fé e prática", para pastores da Universal "é muito mais um depósito de símbolos, alegorias e cenas dramáticas [...] do que a palavra de Deus" (CAMPOS, 1999, 82). Por isso, não surpreenderia que a prática neopentecostal contrariasse a proposta do Jesus Cristo que, ao expulsar os vendedores e cambistas do templo, teria deixado clara a incompatibilidade entre o Templo e o Mercado (Mateus 21.12-13).

Ao longo da história os seguidores de Jesus Cristo, em maior ou menor grau, sempre mostraram dificuldades em lidar com o dinheiro. Basta que se recorde que o fator principal que desencadeou o Movimento de Reforma no século XVI foi justamente o ostensivo desvio de conduta de clérigos comprometidos com a prática de simonia, a venda de indulgências ou perdão dos pecados. Cinco séculos são passados desde que Lutero se insurgiu contra essa prática na igreja, mas, ainda hoje, a questão da relação fé e dinheiro não está bem resolvida para muitos segmentos do Cristianismo.

No Neopentecostalismo o dinheiro é assumido direta e claramente como questão prioritária. Edir Macedo, líder da IURD, prega que "o dinheiro é o sangue da Igreja" (MACEDO, 2004, 19) e que "o dinheiro é uma ferramenta sagrada usada na obra de Deus" (MACEDO, 2002, 52). R. R. Soares, líder da IIGD, não se sente acanhado em dizer:

Um dos meios que uso muito nas minhas igrejas e nas concentrações que realizo por este país afora é a distribuição de envelopes com quantias estipuladas para serem entregues dentro de uma semana, quinze dias, um mês, ou numa data estabelecida (SOARES, 1995, 133).

O sociólogo Ricardo Mariano observa que “pastores da Universal em Belo Horizonte têm inovado em matéria de dízimo e cobrado 30%: 10% pelo Pai, 10% pelo Filho e 10% pelo Espírito Santo” (MARIANO, 1999, 166-167). Conforme Mariano, “na Universal cada culto parece ter como objetivo principal a oferta, estimular o fiel a dar para receber” (MARIANO, 1999, 171). Prosseguindo, Mariano mostra um pastor da Universal explicando as campanhas que promove: “O pastor explica no que consiste a Campanha do Coração: o fiel deve doar todo o salário do mês para provar que seu coração está 100% depositado em Deus. Em retribuição receberá de Deus 100% de tudo que desejar” (MARIANO, 1999, 170-171).

Na base da pregação neopentecostal está a Teologia da Prosperidade, “um conjunto de crenças e afirmações, surgidas nos Estados Unidos, que afirma ser legítimo ao crente ter fortuna favorável, enriquecer, obter o favorecimento divino para a sua vida material ou simplesmente progredir” (CAMPOS, 1999, 383). Teve início na década de 1940 (MARIANO, 1999, 151), elaborada e difundida por Essek William Kenyon e Kenneth Hagin (PIERATT, 1993, 27-31). Suas raízes remontam às “seitas metafísicas” do início do século XX, onde se originou também o movimento conhecido hoje como “Nova Era” (PIERATT, 1993, 24).

A base da Teologia da Prosperidade é a “confissão positiva”, que é a confissão que o crente faz do “nome de Jesus”, na certeza de que, “nesse nome” conseguirá de Deus tudo o que deseja. Kenneth Hagin afirma ter se curado de uma cardiopatia tida por incurável, após a confissão do “nome de Jesus” (HAGIN, 1999, 13, 131), conforme estaria escrito em Marcos 11, 23-24. Para Hagin, todos os direitos do cristão já foram adquiridos por Jesus, conforme mostrariam os textos bíblicos de

Isaias 53, 4-5: "Ele tomou sobre si as nossas enfermidades e as nossas dores [...] e pelas suas pisaduras fomos sarados", e também o texto do Evangelho de João 16, 23: "Tudo quanto pedirdes ao Pai em meu nome, ele vo-lo há de dar" (HAGIN, 1999, 118, 119, 149).

Alan Pieratt afirma que:

No campo das finanças, Hagin segue exatamente o mesmo princípio que utiliza em suas afirmações sobre a saúde. A prosperidade financeira é um direito do cristão, pois faz parte da expiação efetuada por Cristo. Assim como o cristão tem direito à saúde, ele também tem direito a ser próspero (PIERATT, 1993, 57).

Este é um ponto básico da Teologia da Prosperidade: o crente tem o direito de ser próspero, porque a prosperidade faria parte dos planos de Deus (PIERATT, 1993, 57-59). O outro ponto básico, segundo R. R. Soares, um dos expoentes da Teologia da Prosperidade no Brasil, é que o crente "não precisa pedir ao Senhor a bênção, mas exigir que ela se manifeste em sua vida" (SOARES, 2009, 17). O crente precisaria conhecer seus direitos, que já foram conquistados por Cristo, e exigir de Deus que eles se realizem em sua vida. Assim, conclui Pieratt, é que "na Bíblia, os grandes homens de fé foram capazes de realizar tantas coisas não por causa da providência de Deus ou por fé e força de vontade, mas, sim, porque eles conheciam aquilo que lhes pertencia por direito" (PIERATT, 1993, 66).

Nos discursos neopentecostais há toda uma estratégia de propaganda onde aparecem nomes de pessoas ricas e famosas, como forma de pressionar o crente desejoso de prosperar a fazer doações. O discurso a seguir, de Edir Macedo, é bem nessa linha:

Conhecemos muitos homens famosos que provaram a Deus com respeito ao dízimo e se transformaram em grandes milionários, como o Sr. Colgate, o Sr. Ford e o Sr. Caterpillar [...]. Você, leitor, está convidado a ser dizimista e provar o plano de Deus em relação ao dinheiro (MACEDO, 2002, 58).

Líderes neopentecostais incentivam os fiéis a ofertarem o máximo. R. R. Soares ensina: “Como pode Deus enriquecer uma pessoa, se esta não está pronta para dar? A lei do receber é dar. Aquele que é mesquinho jamais alcançará de Deus as bênçãos que enriquecem” (SOARES, 1985, 42). E ensina também: “Quando dá a sua oferta, o crente dá o melhor e o máximo que pode, e não o resto. Deus não precisa de esmolas” (SOARES, 1985, 138). Edir Macedo prega a mesma coisa: “Aqueles que não sacrificam uma grande oferta para a obra de Deus jamais conquistarão qualquer vitória” (RODRIGUES & CRIVELLA, 2001, 21). Nessa linha, Ricardo Mariano afirma:

O crente que almeja receber grandes bênçãos precisa ser radical na demonstração de fé [...]. Deve assumir riscos, doando à igreja algo valioso como salário, poupança, herança, joias, carro, casa, com a certeza de que reaverá centuplicado o que ofertou (MARIANO, 1999, 169-170).

Tudo isto está bem dentro dos ensinamentos da Teologia da Prosperidade. Kenneth Hagin ensina:

Você gostaria de ter maiores bênçãos financeiras na sua vida? Aumente suas contribuições e ofertas, porque as Escrituras dizem que sua colheita será recalçada, sacudida e transbordante, porque com a medida com que tiverdes medido vos medirão também (HAGIN, 1993, 62).

Segundo Alan Pieratt,

a regra espiritual das finanças é essa: se queremos mais, precisamos dar mais [...]. Não é mera questão de graça, mas de lei, pois se afirma que o retorno é proporcional à oferta do indivíduo [...]. Essa é a chamada lei do retorno cem vezes maior: recebemos cem vezes mais do que damos [...](PIERATT, 1993, 61-62).

Dessa forma é possível observar que no Neopentecostalismo pregadores e líderes têm uma relação muito íntima com o dinheiro. Ricardo Mariano diz que “os pregadores neopentecostais manifestam com muita tranquilidade seu interesse por dinheiro” (MARIANO, 1999,

166). E para justificar esse interesse apelam para a autoridade da Bíblia. R. R. Soares afirma que “particularmente no Novo Testamento, um dos temas mais mencionados é o dinheiro. Jesus falou mais em dinheiro do que Moisés ou qualquer dos profetas” (SOARES, 1985, 15). Nesta linha de pensamento, Soares propõe a seus fiéis que tratem a Deus como um negociante, com quem se barganha coisas:

Não importa que estejamos negociando com Deus. Não há ninguém melhor para negociar. Ele é justo, bondoso e quer o melhor para nós. Ele não visa apenas lucros ‘pessoais’ e sempre cumpre a sua palavra. Pense bem o leitor se há alguém melhor com quem possamos negociar (SOARES, 1985, 63).

Nessa relação cada um entra com a parte que lhe cabe: “O negócio que Deus propõe é simples e muito fácil: damos a Ele, por intermédio da sua Igreja, dez por cento do que ganhamos e, em troca, recebemos dEle bênçãos sem medida” (SOARES, 1985, 63).

Há estudiosos para quem a relação dos fiéis com a igreja no Neopentecostalismo se dá numa autêntica relação comercial, onde sobressaem o produto vendido e o consumidor que compra esse produto. Conforme Ronaldo Luiz, no Neopentecostalismo

a fé se transforma em mercadoria e os fiéis em consumidores que se alimentam não só da mensagem religiosa em si, mas de um conjunto de produtos e bens simbólicos que são oferecidos. Dessa forma os dois mercados, o religioso e o econômico, mantém uma estreita relação (LUIZ, 2011, 6).

José Bittencourt Filho tem uma visão parecida da relação fiel/igreja no Neopentecostalismo (que ele prefere chamar de “Pentecostalismo Autônomo”). Segundo ele, o *Pentecostalismo Autônomo* trabalha com uma novidade no campo religioso, que é sua base de ação e que pode se resumir na oferta dos benefícios inter-relacionados de cura, exorcismo e prosperidade. Esse tripé de benefícios está na base de seus cultos e é parte integral de sua atuação. Junte-se a isto “uma oferta incessante de bens simbólicos com

pouca atenção para a formação de comunidades” (BITTENCOURT FILHO, 1996, 52). Vale dizer que a preocupação maior é com a oferta de bens e serviços que possam satisfazer as necessidades pessoais. Por isso, “ao invés de comunidade, o Pentecostalismo Autônomo aposta na sistemática do coletivismo, bem ao modo da cultura de consumo e/ou do mercado total” (BITTENCOURT FILHO, 1996, 52). Verifica-se ao máximo a “exploração da polissemia dos símbolos da religiosidade popular [...], uma ampla e diversificada oferta de bens simbólicos [...]” (BITTENCOURT FILHO, 1996, 52). Esses símbolos fazem parte da cultura religiosa da massa de crentes e, no Neopentecostalismo, exercem função semelhante à das imagens de santos no Catolicismo e no Umbandismo.

NEOPENTECOSTALISMO, TEMPLO E MERCADO

Há quem veja essa questão dos símbolos usados no Neopentecostalismo como uma apropriação simbiótica da matriz popular brasileira, que inclui o catolicismo popular e outros cultos, como a Umbanda. Para o sociólogo Júlio Cezar Benedito,

este processo de apropriação se inicia com a herança do catolicismo popular, sempre muito rico em objetos [...]. Igrejas como a Universal, a Internacional e a Casa da Bênção, em um processo de simbiose ritualística, irão se apoderar de símbolos e objetos rituais de outras religiões [...] (BENEDITO, 2005).

O conceito de *hierofania* mostrado por Mircea Eliade ajuda a compreender o que se passa com a sacralização dos símbolos nos templos neopentecostais. Desde sempre as religiões utilizam símbolos em suas relações com o sagrado. Para Eliade, “o homem toma conhecimento do sagrado porque este se manifesta, se mostra como qualquer coisa de absolutamente diferente do profano. A fim de indicarmos o ato da manifestação do sagrado propusemos o termo hierofania” (ELIADE, s.d., 20). O ambiente religioso é o lugar por excelência onde ocorre a manifestação do sagrado, que pode se dar

num simples objeto. “A história das religiões, das mais primitivas às mais elaboradas, é constituída por um número considerável de hierofanias ou manifestação do sagrado” (ELIADE, s.d., 20-21). Eliade diz que “nunca será demais insistir no paradoxo que toda a hierofania constitui, até a mais elementar. Manifestando o sagrado, um objeto qualquer se torna outra coisa, e, contudo, continua a ser ele mesmo [...]” (ELIADE, s.d., 21). Daí, ressalta Eliade, a dificuldade do homem “ocidental moderno diante de inúmeras formas de manifestação do sagrado: é-lhe difícil aceitar que, para certos seres humanos, o sagrado possa manifestar-se em pedras ou em árvores, por exemplo” [...]” (ELIADE, s.d., 21). No entanto, explica Eliade, “a pedra sagrada, a árvore sagrada, não são adoradas como pedra ou como árvore, são-no justamente porque são hierofanias, porque ‘mostram’ qualquer coisa que já não é pedra nem árvore, mas o sagrado, o ‘ganz andere’” [...]” (ELIADE, s.d., 21).

Tal é o que acontece nos cultos neopentecostais, quando “o azeite, o sal grosso, os frasquinhos de água do Rio Jordão, o óleo do Monte das Oliveiras, a areia da praia do Mar da Galileia, a chave e o sabonete” (MARIANO, 1999, 134) e tantos outros objetos que, pela consagração do pastor, se tornam hierofanias que mostram o sagrado, e que as pessoas acreditam ser capazes de mudar suas vidas para melhor. O problema é que para levar para casa esses objetos sagrados, o crente o faz “mediante pagamento de ofertas estipuladas” (MARIANO, 1999, 134). Então o *templo* se transforma em *mercado*.

Nos cultos neopentecostais essa venda de bens simbólicos pode ser uma estratégia de arrecadação de dinheiro. Ao distribuir esses símbolos aos fiéis, juntamente com os envelopes para as ofertas “voluntárias”, o pastor encena um ritual litúrgico que os associa ao discurso da prosperidade e os coloca em relação com alguma passagem da Bíblia. Ricardo Mariano observa que, “nas pregações [...]

passagens e histórias bíblicas [...] são interpretadas de molde a encorajar os fiéis a ofertar com sacrifício" (MARIANO, 1999, 171-172). "Ofertar com sacrifício" é ofertar o máximo possível. Esse ritual recebe o nome de "corrente" ou "campanha", e, "para socializar e converter clientes e novatos, as correntes ou campanhas exigem a presença do fiel numa sequência de cultos durante sete ou nove dias e até por 12 semanas consecutivas" (MARIANO, 1999, 135).

O pastor dissidente da Igreja Universal, Mário Justino, tem uma explicação simples e objetiva para essa polissemia de símbolos nos templos neopentecostais. Segundo ele, referindo-se a Edir Macedo, "o bispo sempre dizia que para cada peixe deve ser usada determinada isca" (JUSTINO, 1995, p. 74). A analogia nos faz crer que, do mesmo modo que para apanhar cada espécie de peixe o pescador usa determinado tipo de isca, assim também, para cada tipo de pessoa, usa-se um símbolo como atrativo e chamariz. Edir Macedo chama esses símbolos de "pontos de contato" e explica que "são elementos usados para despertar a fé das pessoas, de modo que elas tenham acesso a uma resposta de Deus para seus anseios" (MACEDO, 1999, p. 101).

Em meu trabalho de campo, assistindo aos cultos neopentecostais por mais de um ano, tive a oportunidade de ver como isto funciona. Os símbolos ou objetos são abençoados pelo pastor tornando-se portadores de uma espécie de magia, cuja função é mudar para melhor a vida das pessoas. Esses objetos são disponibilizados às pessoas mediante o pagamento de ofertas. E isto é feito da seguinte forma: Na relação de produção e consumo de bens religiosos, as entidades religiosas tradicionais não estavam dando conta da demanda, e isto foi percebido pelas lideranças neopentecostais, como observa Leonildo Campos: "Uma vez descoberto o que a massa desejava por meio de seus vários segmentos, o passo seguinte foi o de procurar oferecer às pessoas o que elas estavam ansiosas por adquirir"

(CAMPOS, 199, 53). Assim ocorre a troca entre os bens religiosos produzidos e a necessidade de consumo das pessoas. E essa troca se faz por meio de uma relação comercial, pois temos de um lado os bens produzidos e de outro o dinheiro que compra esse produto. Isto se faz como num mercado, já que, como afirma Leonildo Campos, “por mercado entendemos aquele espaço social no qual produtores e consumidores se encontram e, por meio da comunicação, efetuam as trocas de mercadorias por dinheiro” (CAMPOS, 199, 53). Desse modo se concretiza a expressão de José Bittencourt Filho: “Estamos perante um autêntico supermercado da fé, visto que bens e objetos são expostos para suscitar e satisfazer os anseios dos consumidores” (BITTENCOURT FILHO, 1996, 52).

Com dinheiro sobrando, é de se concluir que os fundadores e líderes das principais igrejas neopentecostais tenham se transformado em verdadeiros empresários da fé, desfrutando de uma vida luxuosa e nababesca. Recentemente a revista norte-americana Forbes fez um ranking elencando os nomes e o tamanho das fortunas de pastores brasileiros que ficaram milionários. Os destaques são: Edir Macedo, o primeiro da lista, com fortuna anunciada de US\$ 950 milhões; Valdemiro Santiago com fortuna de US\$ 220 milhões; Romildo Ribeiro Soares com fortuna de US\$ 125 milhões. Ao comentar a análise dos ganhos desses pastores feita pela Forbes, a revista *Época Negócios* informa que “nessas igrejas os negócios são altamente lucrativos e transformam seus líderes em milionários. É o que a revista chamou de a ‘indústria da fé’” (ÉPOCA, 2013).

Em contrapartida, há críticos que veem nessa relação dinheiro-igreja um desvio que afasta as igrejas cristãs de sua missão, criando um novo estereótipo de igreja alinhado com a concepção neoliberal de vida e em choque com as exigências do que seria o evangelho de Jesus. É o caso de Júlio Zabatiero, que critica esse sistema:

Igrejas que se organizam em função do dinheiro são igrejas do pecado [...], instituições mamônicas [...]. Eclesiologia que destrói o Evangelho e a vida de seus seguidores. [...] Quem encontrou mamom não consegue encontrar Jesus Cristo. Eles [...] não compartilham dos mesmos valores (ZABATIERO, 2010).

Fazendo eco ao pensamento de Zabatiero de que “Jesus Cristo e mamom não compartilham dos mesmos valores”, podemos pensar que o modo como os líderes neopentecostais lidam com a questão da relação fé e dinheiro é tido como fora dos padrões da ética e da moral cristãs. É fato que Jesus Cristo se colocou a si mesmo como modelo a ser seguido e buscou agir coerentemente. Por exemplo, nos relatos bíblicos encontramos um Jesus pobre, que disse: “As raposas têm tocas e as aves do céu, ninhos; mas o Filho do Homem não tem onde reclinar a cabeça” (Mateus 8.20). E quando enviou seus discípulos pelo mundo com poderes sobre as doenças e os espíritos malignos, disse também: “[...] de graça recebestes, de graça dai” (Mateus 10.8).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto resta dizer, a guisa de conclusão, que não é difícil se verificar que essa nova ordem de crentes neopentecostais não demonstra cultivar o espírito de renúncia do seguimento de Jesus. A cruz e a espera da *bem aventurança escatológica*, característico dos cristãos em todos os tempos, não teria espaço nessa versão cristã. Ao contrário, esse novo ramo do Cristianismo expressa a novidade de depositar suas esperanças na concretização de uma felicidade “aqui” e “agora”. Nesse sentido, parece ter havido uma ruptura com o modo como o crente tradicional pratica sua fé.

Com efeito, os pregadores neopentecostais não tem o mesmo ânimo de espírito que o crente tradicional. Max Weber, analisando as influências do Protestantismo sobre o desenvolvimento do Capitalismo, diz: “Queremos apenas nos certificar se, e em que medida, as forças

religiosas tomaram parte na formação qualitativa e na expansão quantitativa desse espírito pelo mundo [...]” (WEBER, 2011, 77). E conclui pela existência, já naquele tempo, de uma ética protestante, um modo de viver que, sem dúvida, influenciou o capitalismo, mas, segundo Weber, profunda e indubitavelmente preocupada com a *certitudo salutis*, no sentido de reconhecibilidade do estado de graça, tornando-se necessariamente de importância fundamental” (WEBER, 2011, 91).

A argumentação de Weber é que o desenvolvimento inicial do capitalismo não se restringiu apenas à existência de circunstâncias econômicas favoráveis. No seu entender, as crenças religiosas favoreceram o crescimento do capitalismo, particularmente o Protestantismo em algumas partes da Europa nos séculos XVI e XVII. Isto porque, segundo ele, os protestantes acreditavam que trabalhando diligentemente e vivendo modestamente alcançariam um estado de benevolência com Deus. Esta é a ética protestante entendida por Weber. Dessa forma, argumenta, os que pautaram suas vidas conforme esta ética, conseguiram economizar e ajuntar dinheiro mais que as outras pessoas. Donde se conclui que, conforme Weber, o capitalismo cresceu e se desenvolveu onde a ética protestante se firmou (BRYM, 2006, p. 18).

Mas não se pode perder de vista que a certeza da salvação escatológica é o pano de fundo do agir ético dos protestantes tradicionais, ao contrário dos atuais pregadores da prosperidade, para quem o que importa é o se dar bem hoje. Para o observador de fora há uma profunda diferença entre a ética protestante tradicional e a prática dos pregadores neopentecostais, para quem a felicidade escatológica prometida pelo Cristo parece ter ficado esquecido nas páginas da Bíblia. Essa geração de crentes neopentecostais parece ter rompido com as práticas do protestantismo tradicional.

REFERÊNCIAS

- BENEDITO, Júlio Cezar. "Religiões e religiosidades populares. O conflito religioso e a simbiose de ritos e performances entre neopentecostais e afro-brasileiros". *Universitas Humanística*. Univ. humanist. n. 61, Bogotá, jan./jun. 2006. Universidade Católica de Brasília, 19 de ago. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-48072006000100011&script=sci_arttext>. Acesso em: 29 de abr. 2013.
- BITTENCOURT FILHO, José. *Novos movimentos religiosos na igreja e na sociedade*. São Paulo: Ave Maria, 1996.
- BRYM, Robert J. et al. *Sociologia – Sua Bússola para um Novo Mundo*. São Paulo: Cengage Learning, 2006.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado – Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- ELIADE, Mircea. *O Sagrado e o profano – A essência das religiões*. Lisboa: Livros do Brasil, [s.d.].
- ÉPOCA Negócios. *Revista Online*. Forbes lista os pastores mais ricos do Brasil. 28/01/2013. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Vida/noticia/2013/01/orbes-lista-pastores-milionarios-no-brasil.html>>. Acessado em: 01 de mai. 2013.
- HAGIN, Kenneth. *A oração que prevalece para a paz*. Rio de Janeiro: Graça, [s.d.].
- HAGIN, Kenneth. *O nome de Jesus*. Rio de Janeiro: Graça, 1999.
- JUSTINO, Mário. *Nos bastidores do reino*. São Paulo: Geração, 1995.
- LUIZ, Ronaldo Robson. Neopentecostalismo e concorrência mercadológica. *XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais*. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011. Disponível em: <http://www.xiconlab.eventos.dype.com.br/resources/anais/3/1307675104_ARQUIVO_Neopentecostalismoeconcorrenciamercadologica.pdf>. Acesso em: 10 de mai. 2013.
- MACEDO, Edir. *Doutrinas da Igreja Universal do Reino de Deus*. Rio de Janeiro: Universal, v. 2, 1999.
- MACEDO, Edir. *O perfeito sacrifício*. Rio de Janeiro: Universal, 2004.
- MACEDO, Edir. *Vida com abundância*. Rio de Janeiro: Universal, 2002.
- MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999.

- PIERATT, Alan B. *O evangelho da prosperidade*. São Paulo: Vida Nova, 1993.
- RODRIGUES, Carlos; CRIVELLA, Marcelo. *501 pensamentos do bispo Macedo*. Rio de Janeiro: Universal, 1986.
- SOARES, R. R. *As bênçãos que enriquecem*. Rio de Janeiro: Graça, 1985.
- SOARES, R. R. *Como tomar posse da bênção*. Rio de Janeiro: Graça, 2009.
- WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Martin Claret, 2011.
- ZABATIERO, Júlio. *Diálogos eclesiológicos impertinentes (2)*. 27/11/2010. Disponível em: <<http://www.novosdialogos.com/artigo.asp?id=332>>. Acesso em: 06 de mai. 2013.

Paulo Jorge Lúcio

Mestre em Ciências das Religiões (UNIDA),
Bacharel em Teologia (UNIDA),
Bacharel em Filosofia (SASA)

COMO CITAR ESTE ARTIGO

LÚCIO, Paulo Jorge. "A performance mercantilista das principais igrejas neopentecostais brasileiras". *Unitas – Revista Eletrônica de Teologia e Ciências das Religiões* [online]. Vitória-ES, vol. 1, jan.-jun., 2014, p. 83-97. Disponível em:
< <http://revista.faculdadeunida.com.br/index.php/unitas>>.