



Mercado religioso e mercado como religião.

Religious Market and Market as Religion

Jung Mo Sung*

Resumo

A teoria do mercado religioso parte da constatação do pluralismo religioso e chega à conclusão que, em tal situação, religião se torna um assunto de escolha pessoal ou familiar e se estabelece uma situação de concorrência entre as religiões subordinada à lógica da economia de mercado. Assim, as religiões reduzidas à esfera da vida privada não podem mais realizar a função tradicional das religiões de legitimar a totalidade da ordem social. Este artigo analisa a tese da subordinação da religião à lógica da economia de mercado e propõe como hipótese de que a tradicional função da religião de “absolutizar o relativo e legitimar o arbitrário” é exercida hoje pelo próprio sistema de mercado capitalista e que, por isso, a lógica da economia de mercado se tornou o modo de pensar “natural” nos dias de hoje, até mesmo para pensar a religião. Para isso, dialoga principalmente com o pensamento de P. Berger, P. Bourdieu, M. Weber, W. Benjamin, K. Marx, F. Hinkelammert, H. Assmann e mostra como o tema da fé no e sacralização do mercado aparece nos discursos dos economistas.

Palavras-chaves: Mercado religioso. Capitalismo. Idolatria. Economia e religião. Teologia e economia.

Abstract

The theory of the religious market begins with the observation of religious pluralism and comes to the conclusion that, in this situation, religion becomes a matter of personal or family choice and it is established a situation of competition among religions subordinated to the logic of the market economy. Thus, religions reduced to the sphere of private life can no longer perform the traditional role of religions in legitimizing the whole social order. This article analyzes the thesis of the subordination of religion to the logic of the market economy and puts forward the hypothesis that the traditional function of the religion of "absolutizing the relative and legitimizing the arbitrary" is exercised today by the capitalist market system itself; and, because of that, the logic of the market economy has become the "natural" way of thinking today, even to think about religion. To this purpose, it dialogues mainly with the thought of P. Berger, P. Bourdieu, M. Weber, W. Benjamin, K. Marx, F. Hinkelammert and H. Assmann, showing how the theme of faith in and sacralization of market appears in discourses of economists.

Keywords: Religious market. Capitalism. Idolatry. Economy and religion. Theology and economics.

Artigo recebido em 22 de abril de 2014 e aprovado em 10 de Junho de 2014.

* Doutor em Ciências da Religião. Professor do Programa de Pós-graduação em Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo. País de origem: Brasil. E-mail: jungmosung@gmail.com.

Introdução

Quando associamos as palavras “religião” e “mercado”, no campo do estudo das religiões, uma das primeiras expressões que vem à mente é o “mercado religioso”. O uso de teorias ou conceitos econômicos para analisar algum aspecto do campo religioso já é bem antigo. Adam Smith, na sua obra *A riqueza das nações* ([1776]2013), analisou as formas de financiamento dos agentes e instituições religiosos, que poderiam vir dos fundos públicos, no caso das religiões ou igrejas “oficiais” do Estado, ou de fundos privados, no caso das novas religiões ou novas igrejas que questionam o monopólio da Igreja oficial (OLIVEIRA; BALBINOTTO NETO, 2013; IANNACCONE, 1991). Mas, a formulação da teoria do “mercado religioso” é bem mais recente.

Peter Berger ([1967] 1985), um dos principais autores de referência dessa perspectiva teórica, propõe o conceito de “mercado religioso” no interior do seu estudo sobre a secularização. Com a separação entre o Estado e a Igreja, ocorre o fim do monopólio religioso – ou da religião oficial do Estado – e o surgimento do pluralismo religioso como fato e de direito. Juntamente com esse pluralismo, a religião é privatizada, reduzida à esfera da vida privada, tornado-se um assunto de escolha ou preferência do indivíduo ou núcleo familiar. Com isso, as religiões competiriam umas com outras, submetidas à lógica do mercado, em busca de mais “fieis” ou de consumidores de bens religiosos.

Essa teoria do mercado religioso parte da constatação do pluralismo religioso para chegar à conclusão de que religiões no contexto das sociedades modernas capitalistas secularizadas são dominadas pela lógica do mercado. Mesmo que possamos criticar diversos aspectos dessa teoria, não se pode negar o fato de que hoje existem igrejas ou religiões¹, ou setores delas, que atuam submetidas à lógica do mercado. Ao contrário dos tempos antigos, quando a economia, como

¹Por exemplo, igrejas cristãs que pregam explicitamente a chamada “teologia da prosperidade”, como a IURD e a Renascer em Cristo, e religiões como Cientologia.

outras esferas da vida social, estava subordinada ou era parte de uma totalidade social legitimada pela religião.

Iniciando por análise de alguns pontos centrais da teoria do mercado religioso, quero neste artigo propor algumas reflexões que nos ajudem a compreender melhor as implicações da redução da religião à esfera da vida privada no processo de legitimação da totalidade social e essa inversão na relação entre religião e mercado. A minha hipótese é que o sistema de mercado capitalista assumiu as funções que no passado pertenciam à religião, tais como a de dar um universo de significado comum à toda comunidade, o sentido último à vida e às mortes e sacrifícios demandados pela dinâmica própria da ordem social, e legitimar a totalidade da ordem social através de mecanismos de sacralização ou de absolutização dos seus fundamentos.

1 Pluralismo e o mercado religioso.

Peter Berger, na sua obra *O dossel sagrado* ([1967] 1985), diz:

A característica-chave de todas as situações pluralistas, quaisquer que sejam os detalhes de seu pano de fundo histórico, é que os ex-monopólios religiosos não podem mais contar com a submissão de suas populações. A submissão é voluntária e, assim, por definição, não é segura. Resulta daí que a tradição religiosa, que antigamente podia ser imposta pela autoridade, agora tem que ser *colocada no mercado*. Ela tem que ser 'vendida' para uma clientela que não está mais obrigada a 'comprar'. A situação pluralista é, acima de tudo, uma *situação de mercado*. Nela, as instituições religiosas tornam-se agências de mercado e as tradições religiosas tornam-se *commodities* de consumo². E, de qualquer forma, grande parte da atividade religiosa nessa situação vem a ser dominada pela lógica da economia de mercado. (BERGER, 1985.p.149).

Da constatação do fim do monopólio religioso, da imposição pela autoridade e do surgimento do pluralismo, Berger diz que a tradição religiosa “tem que ser colocada no mercado”. Ao explicar isso, ele usa os termos “vendida” e “comprar” entre aspas como se quisesse mostrar uma analogia. Após isso, ele identifica a

²A edição brasileira traduz “commodities” por comodidades, ao invés de mercadorias. Para evitar mal-entendidos, mantive a palavra em inglês nessa citação.

situação pluralista com “uma *situação de mercado*”. Ao fazer isso, ele não aprofunda ou explica melhor o que ele entende por “situação de mercado”, ou de que tipo de mercado ele está se referindo. Pois, nem todos os tipos de mercado são o que hoje conhecemos como mercado capitalista, um espaço de troca essencialmente competitivo onde cada um busca maximizar o seu lucro ou seu interesse econômico próprio. Entretanto, ele simplesmente assume a noção capitalista de mercado como um conceito único ou universal para mercado e tira a conclusão de que as tradições religiosas se tornam uma mercadoria de consumo e grande parte da atividade religiosa passa “a ser dominada pela lógica da economia de mercado”.

Em síntese, ele identifica a situação de pluralismo religioso com situação de mercado e, a partir disso, chega à conclusão de que todos os tipos de pluralismo levam as religiões, pelo menos em grande parte de suas atividades – ressalva que nem todos estudiosos da religião que usam essa teoria levam a sério –, a serem dominadas pela lógica da economia de mercado.

É importante estabelecer aqui uma diferença entre “economia *com* mercado” e “economia *de* mercado”. Economias pré-capitalistas são economias com mercado, onde o mercado exerce uma função secundária na esfera econômica da sociedade. A produção de bens, em sua grande parte, não são destinadas primeiramente ao mercado, mas sim para a satisfação das necessidades da comunidade. Isto é, o valor de uso – a utilidade – dos produtos tem prioridade sobre o valor de troca. Nesse tipo de sociedade, membros da comunidade não são abandonados à fome em nome da racionalidade econômica.

Por outro lado, economia de mercado é uma economia onde o mercado tem o papel central e é autorregulado. Isto é, no interior da economia só se aceita as regras do próprio mercado e não admite nenhuma regra ou valores exteriores à lógica do mercado, por ex. regulações na economia em nome dos valores de solidariedade comunitária. Karl Polanyi, no seu livro clássico *A grande transformação* (1980), define assim a economia de mercado:

Uma economia de mercado é um sistema econômico controlado, regulado e dirigido apenas por mercados; a ordem na produção e distribuição dos bens é confiada a esse mecanismo autorregulável. Uma economia desse tipo se origina da expectativa de que os seres humanos se comprometem de maneira tal a atingir o máximo de ganhos monetários. (POLANYI, 1980, p. 81).

Toda produção econômica de bens materiais e simbólicos é voltada para atender as demandas do mercado, isto é, necessidades e desejos dos consumidores. Para o produtor, não importa se a sua mercadoria atende a uma necessidade ou a um desejo do consumidor; o importante é que vai ser comprada. Nesse sentido, o valor de troca da mercadoria eclipsa o seu valor de uso. Vale a pena lembrar aqui que, na economia de mercado, necessidades humanas por si não constituem demanda econômica. Para se tornar demanda, essa necessidade ou desejo da pessoa precisa vir acompanhada de capacidade de consumo. Em outras palavras, na economia de mercado a produção atende desejos dos consumidores, não importando a utilidade pessoal ou social da mercadoria, ou a necessidade das pessoas não consumidoras, as que estão excluídas do mercado.

É por conceber “mercado religioso” em termos de mercado capitalista que Berger vai afirmar que “é impossível, quase *a priori*, colocar no mercado um bem de consumo para uma população de consumidores, sem levar em conta os desejos destes em relação ao bem de consumo em questão.” (1985, p. 156).

Neste mesmo sentido, L. Guerra (2003) afirma:

A lógica mercadológica sob a qual a esfera da religião opera produz, entre outras coisas, o aumento da importância das necessidades e desejos das pessoas na definição dos modelos de práticas e discursos religiosos a serem oferecidos no mercado. Ao mesmo tempo, demanda das organizações religiosas maior flexibilidade em termos de mudança de seus “produtos” no sentido de adequá-los da melhor maneira possível para a satisfação da demanda religiosa dos indivíduos. (GUERRA, 2003).

Vale a pena apontar aqui uma “ampliação” no alcance da teoria do mercado religioso em relação à posição de Berger apresentada acima. Esse fala que “grande parte das atividades religiosas” são subordinadas à lógica da economia de mercado, enquanto que Guerra diz que “a esfera da religião” atua sob a lógica mercadológica.

Fink e Stark (1988) também vão além da posição de Berger, que diz que os produtores de bens religiosos devem levar em conta os desejos dos consumidores religiosos. Eles afirmam que “economias religiosas são como economias comerciais. Eles consistem de um mercado e um conjunto de firmas procurando servir aquele mercado” (1988, p. 42). Do “levar em conta” os desejos dos consumidores, passamos para “servir ao mercado”. Com isso, se reforça a ideia de que a religião está submetida quase que completamente à lógica do mercado; e não mercado qualquer, mas a concepção neoliberal do mercado total.

Voltando à citação acima de Polanyi, há nela um segundo aspecto importante da economia de mercado: a sua antropologia. Esse novo tipo de organização do sistema econômico, que rompe com os valores comunitários das sociedades tradicionais, está articulado com o surgimento de uma nova noção de ser humano, o *homo economicus*, o homem reduzido a ser agente econômico que calcula racionalmente todas as suas opções em função de atingir o seu interesse próprio. A. Hirschman mostra, no seu livro *Paixões e interesses* (1979), como a ideia de interesse, – um entendimento disciplinado do que é necessário para se avançar pessoalmente em poder, influência e riqueza – entrou, a partir do século XVII, no discurso dos grandes moralistas e outros escritores na descrição da natureza humana. O sentido mais amplo do interesse foi sendo reduzido ao interesse econômico, que por sua constância e previsibilidade passou a ser visto como o caminho para o controle das paixões humanas que colocam em risco ou dificultam a convivência humana. O “novo homem” da nova sociedade capitalista deveria ser alguém centrado e disciplinado em função do seu interesse, reduzido ao interesse econômico. Um sinal dessa redução do interesse ao interesse econômico aparece no próprio vocabulário em alguns idiomas ocidentais: em inglês (*interest*), francês (*intérêt*) e espanhol (*interés*), a palavra interesse significa tanto o interesse em sentido geral, quanto os juros.

Não há economia de mercado capitalista sem essa antropologia que reduz o ser humano a esse agente econômico. Por isso, Paul Omerode, ao fazer uma análise

crítica das teorias econômicas dominantes no capitalismo, diz: “O tijolo fundamental da economia é o Homem Econômico Racional. (...) A ideia de que a sociedade é constituída por indivíduos que agem a partir do cálculo racional de seus interesses pessoais impregna as teorias econômicas modernas” (1996, p.45).

Se se aceita que todas as situações de pluralismo religioso levam as religiões a serem submetidas à lógica da economia de mercado, é de se prever que os estudiosos da religião, que assumem essa teoria do “mercado religioso”, passem a olhar o campo religioso e as pessoas religiosas a partir da antropologia do *homo economicus*. Assim, não é surpresa que surjam autores (como STARK & IANNACONE, 1994; PERL; OLSON, 2000, ZALESKI; ZECH, 1995; FINK, GUEST; STARK, 1996; HAMBERG ; PETTERSSON 1994; IANNACONE, 1991; BANKSTON, 2003) que usam a “Teoria da Escolha Racional” – teoria que entra nas ciências políticas e sociais a partir da economia e diz que agentes sociais atuam de modo racional na busca da realização dos seus interesses – como chave de leitura nos seus estudos da religião.

Outro aspecto importante na teoria do mercado religioso tem a ver com a redução ou fim da regulação do campo religioso por parte do Estado. Quanto menos regulação, mais pluralismo e, portanto, segundo essa teoria, mais concorrência na oferta de bens religiosos que beneficiaria o campo religioso como um todo. Seguindo essa linha de raciocínio, Stark e Iannaccone, no texto “*A Supply-Side Reinterpretation of the ‘Secularization’ of Europe*” (1994) assumem a tese de que a secularização na Europa não é resultado da diminuição da demanda religiosa individual, mas sim da ineficiência das organizações religiosas que atuam dentro de uma economia altamente regulada. Desregulamentação geraria mais concorrência e mais fiéis, ou, pelo menos, diminuição da perda dos fiéis.

Ora, há uma teoria econômica, de corte neoliberal, que defende exatamente a mesma tese: a diminuição da regulação do Estado na economia como o caminho para o crescimento econômico e bem estar social com o aumento da concorrência e oferta. É a teoria econômica conhecida como “economia de oferta” (*supply-side*

economics) que está sendo aplicada, articulada com a teoria da escolha racional, ao estudo da religião.

Essa abordagem econômica da religião, entretanto, não se reduz ao estudo do campo religioso em sociedades modernas e ocidentais, que passaram pelo processo de secularização, mas é aplicada também para épocas históricas pré-modernas. Um exemplo disso é o estudo de R. Stark (2006) sobre origens do cristianismo segundo essa perspectiva.

Stark assume como verdadeira a afirmação de Berger de que “todas as situações pluralistas, quaisquer que sejam os detalhes de seu pano de fundo histórico” levam as religiões a serem submetidas à lógica do mercado. Eles não questionam se em outras situações de pluralismo religioso que não a Ocidental moderna, (por ex, no Império Romano ou no extremo Oriente, – situações em que havia uma religião oficial e a tolerância da diversidade religiosa desde que não entrasse em confronto com a ordem dominante), as religiões também competiam entre si segundo a lógica da economia de mercado. Ou se nesse tipo de sociedade o ser humano também agia de acordo com a visão capitalista moderna da “escolha racional”.

Esse tipo de abordagem não vê diferenças fundamentais entre o mercado existente no Império Romano e o atual; assim como entre a noção de religião nas sociedades pré-modernas e o que conhecemos como religião no mundo moderno, isto é, como algo restrito à esfera da vida privada e tratando das questões ligadas somente ao sentido da vida e da vida pós-morte. É como se houvesse uma evolução linear entre as sociedades tradicionais e o capitalismo moderno, sendo esse o ápice desse processo evolutivo, e, por isso, as categorias e teorias que explicam o mundo contemporâneo também explicariam o passado.

Aliás, essa ideia evolucionista do mercado é uma das pedras angulares das teorias econômicas neoclássicas e liberais. Por ex, Paul A. Samuelson, prêmio Nobel de Economia, diz, em um dos manuais de economia mais usado no século

XX, que o sistema de mercado não foi projetado por ninguém, “ele simplesmente evoluiu e, como a natureza humana, está sofrendo modificações” (1977, p. 45). Isto é, o mercado atual já estava presente no passado em uma forma ainda não totalmente desenvolvida e as teorias que explicam o mercado hoje também servem para explicar o passado.

É por isso que Stark, no livro que estuda as razões do crescimento do cristianismo primitivo, afirma de uma forma genérica que

as economias religiosas são como economias comerciais, no sentido de que consistem em um mercado de consumidores potenciais e concorrentes, em um conjunto de *firmas religiosas* que procuram servir aquele mercado e em ‘linhas de produtos’ oferecidos pelas diversas firmas. (STARK, 2006, p. 215-216).

Se algum cristão do passado pudesse ouvir essas palavras, especialmente as que dizem que a igreja cristã não passa de uma firma religiosa procurando “servir” o mercado religioso, em competição com outras religiões/firmas, provavelmente teria uma reação bastante adversa. Ele diria com quase toda certeza: “eu procuro servir a Deus e não ao mercado”; “eu não prego o que os consumidores desejam ouvir, mas aquilo que Deus me enviou a dizer às pessoas, mesmo que isso me coloque em perigo de martírio”. Não somente cristãos do passado seriamente comprometidos com a sua fé diria algo parecido, mas também hoje muitas pessoas de diversas religiões que estão comprometidos com sua fé e, por isso, entram em “choque cultural” com os valores da sociedade de consumo e os desejos dos consumidores diriam algo semelhante. A noção cristã da graça ou a budista da compaixão são exemplos de valores humanos e religiosos que vão além do mero cálculo racional dos interesses próprio de poder ou riqueza. Como dissemos acima, a antropologia do *homo economicus* é uma criação do mundo moderno e esta redução antropológica está sendo criticada até entre economistas. Por ex, P. Omerode, após a afirmação citada acima sobre “homem econômico racional”, citando uma pesquisa feita junto aos universitários, afirma: “as pessoas parecem cooperar com uma frequência muito maior do que a admitida pelos postulados do cálculo racional do interesse particular” (1996, p.46).

É certo que muitas das atividades religiosas do nosso tempo são realizadas sob a lógica do mercado capitalista, porém a questão é se podemos universalizar essa realidade. Não quero discutir aqui os limites e contribuições desse tipo de teorias na análise e compreensão do campo religioso. O que quero destacar é o fato de que a aceitação da premissa colocada por Berger – pluralismo religioso leva, em todas as situações, as religiões a serem submetidas à lógica da economia de mercado – levou a uma teoria do mercado religioso que aplica sem devidas adequações algumas teorias econômicas, que hoje são objetos de revisão ou polêmica.

Mas, mais importante do que isso, eu me pergunto por que alguns conceitos de teorias econômicas capitalistas passaram a ser usadas como chave de leitura do campo religioso. Isso é um simples uso – devido ou indevido – dos conceitos de uma área de conhecimento em outro? Ou seria uma “ponta de iceberg” de como a lógica da economia mercado se tornou central a tal ponto que determina, mesmo que inconscientemente, o próprio modo de conceber a realidade social e os subsistemas – como a religião – que a compõem? Isto é, a lógica do mercado não é central somente no sistema econômico, mas também se tornou o modo “normal” de ver todos os aspectos da vida social, incluindo a religião. Voltaremos a essa questão mais adiante.

2 Religião privatizada e a função tradicional da religião.

O processo de secularização ocorrido no Ocidente gerou, além do pluralismo religioso, a redução da religião à esfera da vida privada. Isto é, juntamente com a esfera do “secular” nasce uma nova noção de religião reduzida à vida privada, à tarefa de dar sentido de vida aos indivíduos e a tratar da “salvação eterna”. Dessa forma, segundo Berger, a religião se tornou um assunto de escolha pessoal ou familiar dentro do “mercado religioso”. Assim,

Uma tal religião privada, independentemente de quão 'real' apareça para os que a adotam, não pode mais desempenhar a tarefa clássica da religião: construir um mundo comum no âmbito do qual toda a vida social receba um significado último que obriga a todos. Ao contrário, essa religiosidade limita-se a domínios específicos da vida social que podem ser efetivamente segregados dos setores secularizados da sociedade moderna. [...] Essa situação representa uma severa ruptura com a função tradicional da religião, que era precisamente estabelecer um conjunto integrado de definições de realidade que pudesse servir como um universo de significado comum aos membros de uma sociedade. (BERGER, 1985, p.145-146).

Essa religião privatizada é mais do que uma ruptura com a função tradicional da religião, é invenção da religião pela Europa Ocidental moderna para solucionar problemas surgidos das guerras de religiões e do processo de modernização com o advento do capitalismo (ASAD, 1993 E 2003; MASUZAWA, 2012; NONGBRI, 2013). Diversos estudos nos mostram que nas sociedades antigas não havia um conceito de religião. O que ocorreu no Japão no século XIX nos serve como um exemplo do que estamos falando. Jason Ananda Josephson (2012), no seu livro *The Invention of Religion in Japan*, mostra que não havia no Japão uma palavra que correspondesse ao que hoje nomeamos como religião. Isso se tornou um problema quando os norte-americanos forçaram o governo japonês a assinarem um tratado, em 1853, que incluía uma cláusula de liberdade religiosa no país. Como a língua japonesa não tinha uma palavra correspondente para religião, o tradutor teve que criar um neologismo, *Shukyo*, que literalmente significa “ensinamento de uma seita”.

Essa questão fica mais clara se levarmos em consideração que para que se possa definir o “ser religioso” é preciso que haja a noção de um ser não religioso, uma dicotomia que não existia no mundo antigo. Como diz Nongbri, “está se tornando claro que a separação de algo chamado ‘religião’ como uma esfera da vida idealmente separada da política, economia e ciências não é uma característica universal da história humana. [...] No mundo antigo, os deuses estavam envolvidos com todos os aspectos da vida” (2013, pp. 2-3). Também para Berger, era da função tradicional das religiões “estabelecer um conjunto integrado de definições de realidade que pudesse servir como um universo de significado comum aos

membros de uma sociedade” (1985, p. 145). O que significa que não havia uma esfera não religiosa limitando o campo religioso.

Entretanto, a minha questão aqui não é se houve uma simples mudança de função da religião na transição do mundo pré-moderno para o moderno, ou se ocorreu uma invenção da religião no sentido que entendemos hoje. É claro que essa questão tem sérias implicações no estudo da religião, pois, como vimos acima, isso tem a ver com a validade ou não do uso de conceitos elaborados para entender as religiões no mundo moderno para estudar as “religiões” no mundo tradicional. A pergunta que quero fazer aqui é: se as religiões privatizadas não realizam mais as funções tradicionais na manutenção da totalidade da ordem social, o que a substituiu nessa função?

Recordemos que para Berger, uma das principais funções da religião é resolver o problema da precariedade e instabilidade das ordens sociais. Para isso, “a religião legitima as instituições infundindo-lhes um *status* ontológico de validade suprema, isto é, *situando-as* num quadro de referência sagrado e cósmico. As construções históricas da atividade humana são olhadas de um ponto privilegiado que, na sua própria autodefinição transcende a história e o homem.” (BERGER, 1985, p. 46) No mesmo sentido, P. Bourdieu, no seu clássico estudo “Gênese e estrutura do campo religioso”, (1987, pp. 27-98), também diz que a religião “impõe um sistema de práticas e de representações cuja estrutura objetivamente fundada em um princípio de divisão política apresenta-se como a estrutura natural-sobrenatural do cosmos” (p. 34), com isso se obtém “o efeito de absolutização do relativo e de legitimação do arbitrário” (p. 71).

Outra função social da religião destacada por Berger é a legitimação da ordem social frente a situações marginais, como a morte. É especialmente frente às mortes demandadas pela ordem social, no exercício “oficial” da violência – quando se deve matar ou morrer em nome da ordem social – que a “religião mantém, por conseguinte, a realidade socialmente definida legitimando as situações marginais

em termos de uma realidade sagrada de âmbito universal.” (BERGER, 1985, p. 57).

Na medida em que as religiões privatizadas não cumprem mais essas funções sociais no mundo moderno, surge a pergunta: essas funções se tornaram desnecessárias no capitalismo contemporâneo? Isto é, o sistema capitalista não tem problemas de instabilidade e precariedade na manutenção da ordem ou necessidade de “construir um mundo comum no âmbito do qual toda a vida social recebe um significado último que obriga a todos”(BERGER, 1985, p.145).?

Para respondermos essa questão, vejamos brevemente algumas das características fundamentais do capitalismo atual.

A primeira e a central é a exigência de acumulação ilimitada do capital. O termo aqui é “exigência”, e não “objetivo” que poderia ser revisto e substituído. Em termos sistêmicos, as empresas capitalistas não têm opção de não buscar a acumulação incessante de capital sob o risco de serem vencidas pelos seus concorrentes. Em termos subjetivos, quem dirige as empresas está sob a exigência até legal de defender os interesses econômicos dos acionistas e, por isso, buscar a maximização do lucro. E como o enriquecimento é medido em termos contábeis em relação ao balanço anterior, não existe nenhum limite ou saciedade que haveria se a produção fosse orientada para um conjunto específico de necessidades ou desejo da sociedade, ou se acumulação de riqueza tivesse um objetivo, um número definido a ser alcançado. É o que os livros de manuais de economia chamam de “a busca da acumulação ilimitada de riqueza”.

A segunda é o que Karl Polanyi chamou de “mercado autorregulado” (1980). A história da economia não é uma evolução linear do mercado, como gostam de propagar os ideólogos do capitalismo. Como já mencionamos acima, com o surgimento do capitalismo, há uma profunda mudança no papel do mercado na vida social. O mercado não mais se submete, ou não pretende se submeter, a regras de outras instâncias – como da moral, religião, política – a não ser as suas próprias. O neoliberalismo é a proposta de realização dessa visão utópica de um mercado totalmente isento de preocupações de outra ordem, que não a liberdade do

mercado e de acumulação do capital. O contrato e a propriedade privada se tornam únicas regras estáveis, e nenhum valor ou princípio “tradicional”, natural, religioso, ou “humanista” pode ser usado como justificativa para intervenção no mercado.

A terceira característica que tem muito a ver com o problema da estabilidade da ordem social é o que Schumpeter (1984) chamou de “destruição criativa”. O capitalismo, por sua própria natureza, está em constante e permanente evolução criando novos produtos, métodos de produção e distribuição, e novos mercados. É um sistema que se desenvolve e se recria constantemente, transformando a estrutura econômica a partir de dentro, incessantemente destruindo a velha, incessantemente criando uma nova. Em outras palavras, é uma ordem social fundada na instabilidade.

Em resumo, o sistema de mercado capitalista busca o ilimitado, se funda em si mesmo, e está em constante processo de transformação, de destruição criativa. O lado humano e social desse processo significa exploração máxima dos recursos naturais e da mão de obra, a exclusão social dos ineficientes e dos “não aproveitáveis” em nome da racionalidade econômica.

Voltemos à pergunta colocada acima: o sistema capitalista necessita ou não de um mecanismo de legitimação para manter a estabilidade dessa ordem tão instável que demanda tantos “custos sociais”, ou de modo mais direto, mortes e exclusões sociais em nome do crescimento econômico? A resposta que me parece mais plausível é: sim. A espécie humana e as dinâmicas da vida social não se modificaram tanto na passagem do mundo pré-moderno para moderno para pensarmos que temos agora novos seres humanos capazes de viver em uma sociedade como a nossa sem alguma forma de absolutizar o relativo e legitimar o arbitrário.

Surge então a pergunta: que tipo de mecanismo social pode substituir as religiões tradicionais nessa tarefa de dar estabilidade necessária a essa ordem?

A crítica pós-moderna da perda de plausibilidade das metanarrativas modernas e o foco no fragmento e no particular pode explicar e/ou dar respostas aos problemas filosóficos, mas não é suficiente para a legitimação da ordem social. O que nos interessa aqui é a pergunta pelo fundamento da confiança nos significados e valores em um sistema social em constante transformação, onde “tudo o que é sólido desmancha no ar”, que é o caso do sistema de mercado capitalista. Qual é a mecanismo social que permite ao sistema capitalista manter confiança nos seus valores e significados fundamentais, legitimar os “custos sociais” necessários e, assim, permitir a sua reprodução e expansão?

3 Capitalismo como religião e a idolatria do mercado.

Penso que vale a pena trazer à discussão o manuscrito de W. Benjamin, “O capitalismo como religião”, de 1921, publicado pela primeira vez em 1985. Walter Benjamin, diz:

O capitalismo deve ser visto como uma religião, isto é, o capitalismo está essencialmente a serviço da resolução das mesmas preocupações, aflições e inquietações a que outrora as assim chamadas religiões quiseram oferecer resposta. A demonstração da estrutura religiosa do capitalismo, que não é só uma formação condicionada pela religião, como pensou Weber, mas um fenômeno essencialmente religioso nos levaria ainda hoje a desviar para uma polêmica generalizada e desmedida. (BENJAMIN, 2013, p. 21).

Nesta afirmação, podemos encontrar pelo menos três “teses” bastante provocativas. A primeira, e com certeza a central, é a afirmação de que o capitalismo não é um sistema social secularizado, mas é ou funciona como uma religião. Essa tese rompe com a visão tradicional do mundo moderno e do capitalismo como secularizados, como tendo rompido com o mundo dominado pela religião. Além disso, para que se possa ver o capitalismo como uma religião é preciso resignificar o conceito de religião. Pois o sentido moderno da religião – oposto ao campo “secular” e reduzido à esfera do privado não permite essa articulação entre o campo econômico e o campo religioso.

A segunda aparece na justificativa dada por Benjamin para ver no capitalismo uma religião. Ele diz que “o capitalismo está essencialmente a serviço da resolução das mesmas preocupações, aflições e inquietações a que outrora as assim chamadas religiões quiseram oferecer resposta.” Nessa afirmação podemos ver dois tipos de religiões: (a) as religiões de hoje, que não respondem mais ou que têm suas respostas não mais aceitas para questões que (b) as religiões do passado costumavam resolver. Isto é, no passado, as religiões resolviam as grandes questões da vida social, ou a totalidade das questões sociais e políticas; e as modernas não conseguem mais cumprir essa função por conta da distinção entre a religião e o secular e a privatização da religião. Ele antecipou a constatação feita por Berger.

A terceira questão presente na citação do texto de Benjamin é a de que a teoria weberiana do papel da religião, em particular do cristianismo calvinista, na formação do espírito do capitalismo não é suficiente para compreender a gênese e a estrutura do capitalismo. Mais do que condicionado pela religião, para Benjamin, o capitalismo tem uma estrutura religiosa. Ele próprio reconhece que está adentrado em uma discussão que geraria muita polêmica.³

Mesmo sem aprofundar aqui essa discussão, podemos citar um texto de Weber que nos oferece uma pista realmente interessante para a nossa discussão. Ao analisar a “ciência como uma vocação” e “a guerra dos deuses” que ocorre nas sociedades, Weber diz:

Desconheço como se poderia encontrar fundamento para decidir ‘cientificamente’ a questão do valor da cultura francesa comparada à alemã. Também aí diferentes deuses se combatem e, por certo, infinitamente. Por conseguinte, *tudo se passa exatamente como se passava no mundo antigo*, que se encontrava sob o encanto dos deuses e demônios, conquanto assumia diferente sentido. Ofereciam sacrifícios a Afrodite os gregos, depois a Apolo e, acima de tudo, a cada um dos deuses

³ Penso que, de fato, estamos entrando em um tema muito polêmico que precisaria ser assumido seriamente por estudiosos do campo religioso preocupados em repensar o próprio conceito de mundo moderno e a relação entre o religioso e o secular. Capitalismo não é uma religião no sentido moderno do conceito, mas se ele realiza as funções que no passado pertencia a o que hoje chamamos indevidamente de religião – projetando no passado o conceito moderno de religião–, também não basta dizer que o capitalismo funciona como uma religião. Já que o conceito moderno de religião está consolidado na nossa linguagem, talvez seja necessário encontrar uma outra palavra para a Religião, que cumpria no passado as funções mencionadas acima e que hoje é exercida, segundo os autores que estamos analisando, pelo sistema capitalista.

da cidade. Continuamos a proceder de maneira semelhante, conquanto nosso comportamento haja rompido o encanto e se haja despojado do mito que ainda vive em nós. [...] O máximo que podemos compreender é o que o “divino” significa para determinada sociedade, ou o que esta ou aquela sociedade considera como divino. [...] Atualmente, a religião tornou-se “rotina do dia-a-dia”. Os deuses antigos abandonaram suas tumbas e, sob a forma de poderes impessoais, porque desencantados, esforçam-se por ganhar poder sobre nossas vidas, reiniciando suas lutas eternas (WEBER, 2001, p. 48-49).

Weber, nesta longa citação, diz que, no fundo, não há grande diferença entre o mundo antigo e o moderno: continuamos oferecendo sacrifício aos deuses. Só que agora assume um sentido diferente. Antes era para deuses pessoais das religiões, porque o mundo era encantado; hoje, em um mundo desencantado, os sacrifícios são oferecidos a forças impessoais, às leis do sistema de mercado. Por isso ele diz: “Atualmente, a religião tornou-se ‘rotina do dia-a-dia’.” (WEBER, 2001, p. 49). Isto é, o fundamental da religião, a oferta de sacrifícios aos deuses para manter o bom funcionamento do sistema social e para assegurar vitórias e conquistas, não se realiza mais no espaço e tempo sagrado, como costumava ser no passado, mas na rotina do dia-a-dia da vida na sociedade. De modo semelhante, Marx também chamou o capitalismo de “religião do cotidiano”. (Marx, 1974, p. 900).

Em outras palavras, em um mundo desencantado como o nosso, diante de deuses que se manifestam como forças impessoais, os sacrifícios não são mais ofertados pelas religiões tradicionais, mas no interior do próprio sistema capitalista, seguindo a lógica da economia de mercado. Nesse sentido, podemos ver uma convergência entre essa tese de Weber e a de Benjamin.

Com essas reflexões sobre esses autores clássicos, chegamos à nossa hipótese de que o próprio sistema de mercado capitalista se constituiu com uma estrutura religiosa e funciona como uma Religião⁴. Em outras palavras, o que possibilita a estabilidade de sentido, de valores e do funcionamento desse sistema instável e evolutivo por sua própria lógica, e legitima todos os “custos sociais” exigidos pelo mercado é a fé no mercado e na sua promessa.

⁴ Para evitar a confusão entre o conceito moderno de religião e a religião no mundo tradicional, vou usar “Religião” (com R maiúscula) para me referir ao sistema que cumpre as funções elencadas por esses autores. No caso de citações, mantereí a forma usada pelos autores, com “r” minúscula, mesmo que tenha o mesmo sentido para o qual usarei “Religião”.

Para quem está familiarizado com a Teologia da Libertação, não é difícil perceber uma afinidade dessa tese de Benjamin com a crítica à “idolatria do mercado”. Sobre esse assunto, Michael Löwy diz:

Seria interessante comparar ‘O capitalismo como religião’ de Benjamin com os trabalhos de teólogos da libertação latino-americanos que, sem conhecer o excerto de 1921, desenvolveram, a partir dos anos 1980, uma crítica radical do capitalismo como religião idólatra. Assim, de acordo com Hugo Assmann, é na teologia implícita do próprio paradigma econômico e na prática devocionista fetichista cotidiana que se manifesta a ‘religião econômica’ capitalista.” (LOWY, 2007, p. 189-190).

Entre esse grupo de teólogos que desenvolveram a crítica da teologia endógena ao capitalismo, ou capitalismo como Religião idolátrica, os nomes mais importantes são, sem dúvida, Franz Hinkelammert (por ex, 1983; 1986; 1987; 1989; 1995; 2002) e Hugo Assmann (por ex, 1978; 1981; 1991; 1994), autores de uma vasta bibliografia e coautores do livro que melhor sistematicamente critica a “idolatria do mercado”. (ASSMANN & HINKELAMMERT, 1989). Esses dois autores são os principais nomes do grupo que pode ser chamado de “Escola do DEI”,⁵ que elaborou uma poderosa crítica teológica da economia capitalista. O conceito de teologia não é usado aqui no sentido tradicional de teologia, mas no sentido de desvelar e criticar os pressupostos teológicos subjacentes às práticas e discursos econômicos no capitalismo.

A premissa teórica que possibilitou esses autores a fazerem essa crítica foi a não aceitação da redução da Religião e das questões teológicas à esfera da vida privada e da tese de que o capitalismo é um sistema secularizado. Seguindo a intuição de Marx e de Weber de que o capitalismo se tornou a “religião do cotidiano” do nosso tempo, Assmann e Hinkelammert desenvolveram a tese de que “nas teorias econômicas e nos processos econômicos se verifica uma estranha metamorfose dos deuses e uma aguerrida luta entre os deuses” (ASSMANN &

⁵Esse centro de pesquisa e de formação localizado em San José, Costa Rica, fundado em 1976 por Hugo Assmann, promoveu a partir de 1978, por mais de 20 anos, “Seminário entre Cientistas Sociais e Teólogos” que acontecia quase que anualmente e reunia um número significativo de pensadores críticos latino-americanos. O grupo que se manteve de forma mais estável e formava o núcleo central desses seminários era constituído por Hugo Assmann, Franz Hinkelammert, Pablo Richard, Otto Maduro, Xabier Gorostiaga, Júlio de Santa Ana, Jon Sobrino, Jorge Pixley, Enrique Dussel, Elsa Tamez. Eu mesmo passei a participar desses seminários a partir de 1991.

HINKELAMMERT, 1989, p. 11). E diante dessa luta ou guerra entre os deuses⁶, eles não se abdicam de discernir entre os deuses da morte, os ídolos, e o Deus da vida, a imagem de Deus que defende a vida e a dignidade dos pobres.

A realização desse julgamento sobre os deuses – ou melhor, as imagens de deuses que sintetizam e fundamentam sistemas sociais – por esses autores não é uma intromissão indevida da teologia no campo das teorias econômicas ou nas ciências sociais, mas um desdobramento teórico da crítica das relações econômicas baseadas no fetiche de mercadoria, dinheiro e do capital, que inverte a relação sujeito-objeto e exige sacrifícios de vidas humanas em função da acumulação de riqueza (HINKELAMMERT, 1983).

Podemos dizer que Assmann e Hinkelammert apropriam-se dos conceitos de “guerra dos deuses”, de Weber, e “fetiche”, de Marx – com, suas “manhas metafísicas e teológicas” – e os articula com a noção bíblica de idolatria – “manipulação de símbolos religiosos para criar sujeições, legitimar opressões e apoiar poderes dominadores na organização do convívio humano. (ASSMANN; HINKELAMMERT, 1989, p.11) – para elaborar uma teoria crítica bastante original. E nessa teoria, o conceito de fetiche ocupa um lugar central. E, como diz José A. Zamora, “a novidade da crítica do fetichismo da mercadoria consiste em reorientar a crítica da religião para práticas aparentemente racionais das sociedades modernas sob as quais se identificam as formas ‘arcaicas’ da religião.” (2012, p. 59).

Após essa breve apresentação da tese do capitalismo como Religião utilizando-me dos autores críticos ao capitalismo, penso que é necessário mostrar também como isso aparece nos textos de economistas e autores “bem” integrados ao capitalismo. Eu mesmo já mostrei, em outros textos, os pressupostos e lógicas religioso-teológicos subjacentes aos discursos de economistas, empresários e defensores do sistema de mercado capitalista (por ex, SUNG, 1994; 1998; 1998a; 2002; SUNG, NESTOR, RIEGER, 2012), e por uma questão de espaço, aqui quero apresentar somente alguns “sinais” do capitalismo como Religião.

⁶Vide também RICHARD et al, 1982 e LÖWY, 2000.

Já é bastante conhecida a noção de “mão invisível” do mercado na obra de Adam Smith. Esse conceito tão central à lógica da economia de mercado sintetiza a tese de que se cada um defender de modo racional o seu interesse próprio no mercado, esse mesmo mercado, como uma mão invisível providencial, transformará as buscas de interesses próprios em bem comum. Isto é, o bem comum não é obtido pelas relações de solidariedade ou de ética, como se pensava em sociedades tradicionais, mas pela defesa do egoísmo como valor central das relações econômicas e sociais. A “magia” dessa transformação involuntária é, ou seria, resultado do caráter providencial do mercado. Por isso, Michael Novak, diz que “a imagem de Deus subjacente no livre mercado e no sistema trinário do capitalismo democrático é *Phronimos*, a providente inteligência prática incorporada em agentes singulares de singulares situações concretas.” (1982, p. 131).

É claro que, como toda noção de providência divina, a mão invisível do mercado exige fé. Em outro texto (SUNG, 2002, cap. 4), eu analisei mais detalhadamente como o pensamento de F. Hayek – Nobel de Economia, o “papa” do neoliberalismo – pressupõe, em um momento de sua argumentação, um salto de fé no mercado. Aqui, quero trazer um texto de Joseph Stiglitz, também ganhador de Nobel que aponta essa questão. No seu livro *Freefall? America, Free Markets, and the Sinking of the World Economy* (2010), ele diz que “economia moderna, com sua fé nos mercados livres e na globalização, prometeu prosperidade para todos” (2010, p. xi), e que “alguém pode ter pensado que, com a crise de 2008, o debate sobre o fundamentalismo do mercado – a noção de que mercados irrestritos poderiam garantir por si só prosperidade e crescimento econômicos – estaria terminado” (2010, p. xiii). Mas, ele reconhece que não terminou.

Stiglitz usa dois conceitos da religião - “fé” e “fundamentalismo” - para criticar, não uma fórmula específica da teoria econômica, mas o modo como os economistas capitalistas se relacionam com o sistema de mercado. Em outras

palavras, o que dá fundamento à visão global do sistema de mercado é a “fé no mercado” e o “fundamentalismo do mercado”.

Toda fé pressupõe uma promessa. Como um exemplo da síntese dessa promessa, eu quero citar aqui um texto de Francis Fukuyama. Ele afirma que “as boas-novas chegaram” (FUKUYAMA, 1992, p. xiii) com o sistema capitalista liberal e que com

A conquista progressiva da natureza, possibilitada pelo desenvolvimento do método científico nos séculos XVI e XVII, processou-se de acordo com certas regras definidas, determinadas, não pelo homem, mas pela natureza e pelas leis da natureza. [...] A tecnologia torna possível o acúmulo ilimitado de riqueza, e portanto, da satisfação de um conjunto sempre crescente de desejos humanos” (FUKUYAMA, 1992, p. xiv).

Para Fukuyama, o segredo do paraíso, a satisfação de todos os desejos humanos, repousa no progresso ilimitado que faz possível a acumulação ilimitada de riqueza. Ele não explica como o ser humano, que é finito, pode atingir a acumulação *infinita* a partir da natureza, que é também finita. O segredo do mito consiste exatamente na passagem do “finito” ao “infinito” sem explicação racional ou razoável. E sem esse tipo de passagem indevido, os mitos da mão invisível do mercado e do progresso são implausíveis. É por isso que esse discurso é “mítico-religioso”.

A partir dessa promessa grandiosa e a fé no mercado, visto como “o” caminho para a realização dessa promessa, todos os “sacrifícios necessários” são legitimados.

Penso que estes poucos exemplos são suficientes para, pelo menos, estimular a discussão sobre (a) a tese de que o capitalismo substituiu a Religião na sua função tradicional de “sacralizar” a ordem social, (b) de que a economia de mercado atua como Religião, e que (c) o que mantém o sistema de “destruição criativa” em ordem e move a sociedade hoje é a fé no mercado.

Considerações finais

Na medida em que o próprio discurso e práticas econômicas do mercado provêm a legitimação do sistema, o capitalismo contemporâneo não necessita mais, pelo menos como no passado, de legitimações explícita ou tradicionalmente religiosas. Mas, quando necessário, como na década de 1980, diante das críticas realizadas pela Teologia da Libertação contra os sofrimentos causados aos pobres pelo capitalismo, os teólogos do sistema fornecem essas respostas. Michael Novak, então o chefe do departamento de teologia do Instituto Americano de Empresas (sigla em inglês, AEI), fez uma afirmação que vale a pena resgatar aqui: “Se Deus desejou que seu amado filho sofresse, por que iria poupar-nos?” (NOVAK, [1982], p. 398).

Essa frase é mais do que uma simples manifestação de cinismo ou de insensibilidade inerentes à lógica do mercado, mas é expressão de um modo de pensar que “naturaliza” a ordem social em nome do divino. P. Bourdieu nos alerta que a contribuição mais específica da Religião para a manutenção da ordem através da absolutização do relativo e de legitimação do arbitrário se dá não somente pela instauração de uma correspondência entre a hierarquia cosmológica e a hierarquia social ou eclesiástica, mas também e, sobretudo, pela imposição de um modo de pensamento hierárquico que, por reconhecer a existência de pontos privilegiados tanto no espaço cósmico como no espaço político, ‘naturaliza’ [...] as relações de ordem. (BOURDIEU, 1987, p. 71).

Eu só faria a ressalva aqui que essa legitimação no capitalismo, por ex a fornecida por Novak, se dá mais pela imposição da lógica sacrificial (“sem sacrifício não há salvação”) do que por um pensamento hierárquico.

Neste final do artigo, quero retomar a questão que eu tinha deixado suspensa sobre a aplicação de teorias econômicas liberais e neoliberais no estudo da religião; a tese de que em toda situação de pluralismo religioso, as religiões são

submetidas à lógica da economia de mercado. E a retomo como uma provocação para novos debates. Nas sociedades pré-modernas, uma das funções sociais mais importantes da Religião era a de impor um modo de pensar “sobre-natural” que naturalizava as relações de ordem social. O modo como diversos autores aplicam conceitos e teorias econômicas legitimadores da atual ordem econômico-social ao estudo da religião levanta a possibilidade de que estamos vendo, não apenas uma imprecisão teórica – como alguns questionam –, mas um sinal de que realmente a economia de mercado assumiu as funções tradicionais da Religião em relação à ordem social. É ela que fornece hoje o “o modo natural” de ver e interpretar todos os aspectos e esferas da vida; até mesmo da religião. Por isso, a tese de que, onde quer que haja pluralismo, isto é, mais “liberdade” e menos regulação do Estado, as religiões estão submetidas à lógica da economia de mercado e isso é bom para a própria religião.

REFERÊNCIAS

ASAD, Talal. **Genealogies of Religion**. Baltimore-London: Johns Hopkins Univ. Press, 1993.

ASAD, Talal. **Formations of the Secular: Christianity, Islam, Modernity**. Stanford: Stanford University Press, 2003.

ASSMANN, Hugo; HINKELAMMERT, Franz. **A idolatria do mercado: ensaio sobre economia e teologia**. Petrópolis: Vozes, 1989.

ASSMANN, Hugo. La tarea comun de las ciencias sociales y la teologia en el desmascaramiento de la necrofilia del capitalismo. In: TAMEZ, Elza; TRINIDAD, Saúl (Org.). **Capitalismo: violencia y antvida**. tomo I, San José (Costa Rica): Educa, (Col. Dei), 1978, p. 2137.

ASSMANN, Hugo. A Teologia da Libertação se opõe aos ídolos da opressão. In: ALVES, Rubem et al. **Fé cristã e ideologia**. São Bernardo do Campo: Unimep Imprensa Metodista, 1981. p. 47-67.

ASSMANN, Hugo. **Desafios e falácias: ensaios sobre a conjuntura atual**. São Paulo: Paulinas, 1991.

ASSMANN, Hugo. **Crítica à lógica da Exclusão: ensaios sobre economia e teologia**. São Paulo: Paulus, 1994.

BANKSTON III, Carl L. Rationality, choice, and the religious economy: Individual and collective rationality in supply and demand. **Review of Religious Research**, Galva (Illinois-USA), v. 43, n. 4, p. 311-325, 2002.

BENJAMIN, Walter. **O capitalismo como religião**. Coord. M. Löwy. São Paulo: Boitempo, 2013.

BERGER, Peter L. **O dossel sagrado**: elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo: Paulinas, 1985.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1987.

DUBUISSON, D. **The Western Construction of Religion**: Myths, Knowledge, and Ideology. Baltimore: Johns Hopkins Univ Press, 2003.

FINK, Roger; GUEST, Avery M.; STARK, Rodney. Mobilizing Local Religious Markets: Religious Pluralism in the Empire State, 1855 to 1865. **American Sociological Review**, Nashville, v. 61, n. 2, p. 203-218, April 1996.

FUKUYAMA, Francis. **The End of History And the Last Man**. New York: The Free Press, 1992.

GUERRA, Lemuel. As Influências da Lógica Mercadológica sobre as Recentes Transformações na Igreja Católica. **Revista de Estudos da Religião – REVER**, São Paulo, n. 2, 2003. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv2_2003/t_guerra.htm>. Acesso em: abr.2014.

HAMBERG, Eva; PETTERSSON, Thorleif. The Religious Market: Denominational Competition and Religious Participation in Contemporary Sweden . **Journal for the Scientific Study of Religion**, New York, n. 33, p. 205-216, 1994.

HINKELAMMERT, F. **As armas ideológicas da morte**, São Paulo: Paulinas, 1983.

HINKELAMMERT, F. **Crítica à razão utópica**. São Paulo: Paulinas, 1986.

HINKELAMMERT, F. **Democracia y totalitarismo**. San José: DEI, 1987.

HINKELAMMERT, F. **La fé de Abraham y el Édipo Occidental**, San José: DEI, 1989.

HINKELAMMERT, F. **Sacrificios Humanos e Sociedade Ocidental**: Lucifer e a Besta. São Paulo: Paulus, 1995.

HINKELAMMERT, F. **Crítica de la razón utópica**. Ed. ampliada y revisada. Bilbao: Desclée, 2002.

HIRSCHMAN, Albert O. **As paixões e os interesses**: argumentos políticos para o capitalismo antes de seu triunfo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

IANNACCONI, Laurence. The Consequences of Religious market Structure: Adam Smith and the Economics of Religion. **Rationality and Society**, Thousand Oaks, v. 3, n. 2, p. 156-177, April, 1991.

JOSEPHSON, Jason Ananda. **The Invention of Religion in Japan**. Chicago-London: Chicago Univ. Press, 2012.

LÖWY, Michael. **A guerra dos deuses: Religião e política na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 2000.

LÖWY, Michael. O capitalismo como religião: Walter Benjamin e Max Weber, In: JINKINGS, I.; PESCHANSKI, J. (Org.). **As utopias de Michael Löwy: reflexões sobre um marxista insubordinado**. São Paulo: Boitempo, 2007. p.177-190.

MARX, Karl. **O Capital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974. Livro I, vol. 1.

MASUZAWA, Tomoko. **The Invention of World Religions**. 5a ed., Chicago: The University of Chicago Press, 2012.

NONGBRI, Brent. **Before Religion: A History of a Modern Concept**. New Haven-London: Yale Univ. Press, 2013.

NOVAK, Michael. **O espírito do capitalismo democrático**. Rio de Janeiro, Nórdica, [1985?]. (original, 1982),

OLIVEIRA, Livio Luiz Soares de; BALBINOTTO NETO, Giácomo. **A teoria do mercado religioso : evidências empíricas da literatura**. 2013. Disponível em: <<http://mpira.ub.uni-muenchen.de/51717/>>. Acesso em: abr. 2014.

ORMEROD, Paul. **A morte da economia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

PERL, Paul; OLSON, Daniel V. A. Market Share and Intensity of Church Involvement. In: Five Denominations. **Journal for the Scientific Study of Religion**, New York, v. 39, n. 1, p. 12-31, March 2000.

POLANYI, Karl. **A grande transformação: as origens da nossa época**. Rio de Janeiro: Campus, 1980. (orig. inglês, 1944).

RICHARD, Pablo et al. **A luta dos deuses: os ídolos da opressão e a busca do Deus libertador**. São Paulo: Paulinas, 1982.

SAMUELSON, Paul A. **Introdução à análise econômica**. 2 vol., 8a.ed. Rio de Janeiro: Agir, 1977.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1984.

SMITH, Adam. **A riqueza das nações**. 2 vol., 2ad. São Paulo: Martins Fontes. [1776]2013.

STARK, R. **O crescimento do cristianismo**: um sociólogo reconsidera a história. São Paulo: Paulinas, 2006.

STARK, Rodney; FINKE, Roger. Religious Economies and Sacred Canopies: Religious Mobilization in American Cities, 1906. **American Sociological Review**, Nashville, v. 53, n. 1, p. 41-49, Feb. 1988.

STARK, Rodney; IANNACONE, Laurence. A Supply-Side Reinterpretation of the "Secularization" of Europe. **Journal for the Scientific Study of Religion**, New Yoirk, v. 33, n. 3, p. 230-252, Sep. 1994.

STIGLITZ, Joseph. **Freefall? America, Free Markets, and the Sinking of the World Economy**. Now York: W.W. Norton & Company, 2010.

SUNG, Jung Mo. **Teologia e economia**: repensando a Teologia da Libertação e utopias. Petrópolis: Vozes, 1994.

SUNG, Jung Mo. **Desejo, mercado e religião**. Petrópolis: Vozes, 1998.

SUNG, Jung Mo. Idolatria: uma chave de leitura da economia contemporânea?, In: BRITO, Enio J.C.; GORGULHO, Gilberto S. (Org.). **Religião ano 2000**. São Paulo: Loyola-CRE PUC-SP, 1998a. p. 109-129.

SUNG, Jung Mo. **Sujeito e sociedades complexas**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SUNG, J. Mo; MIGUEZ, N.; RIEGER, J. **Para além do espírito do Império**. São Paulo: Paulinas, 2012.

WEBER, MAX. A Ciência como vocação. In: WEBER, Max. **Ciência e Política**: duas vocações. São Paulo; Martin Claret, 2001.

ZALESKI, Peter; ZECH, Charles. The Effect of Religious Market Competition on Church Giving. **Review of Social Economy**, Colchester, Essex, v. 53, n. 3, p. 350-367, 1995.

ZAMORA, José Antonio. Religión y fetichismo de la mercancía. In: MOREIRA, Alberto da Silva (Org.). **Capitalismo como religião**. Goiânia: PUC, 2012. p. 51-91.