
COMUNICAÇÕES

Mercado e discurso religioso na modernidade líquida

Eduardo Guilherme de Moura Paegle*
Eduardo Meinberg de Albuquerque Maranhão Filho**

Resumo

A forma de apropriação do “mercado dos bens de salvação (conforme Bourdieu)” visa, através de diferentes mídias, utilizar os conteúdos religiosos para conquistar o envolvimento e a adesão emocional de fiéis. Isso se associa à mercantilização do sagrado e a utilização de linguagens contemporâneas, bem como sua inserção num mercado de bens simbólicos. Entendemos também que as representações do discurso religioso inserido na modernidade líquida (segundo conceituação de Bauman) se desenvolvem por caminhos particulares, associando autoritarismo e polissemia.

Palavras-chave: discurso religioso; mercado religioso; polissemia; modernidade líquida

Market and religious discourse in the liquid modernity

Abstract

The form of ownership of the “market for goods of salvation (as Bourdieu)” aims, through different media, using the religious content to conquer the emotional involvement and participation of the faithful. This is which combines the commercialization of the *sacred* and the use of contemporary language, and its place in a market of symbolic goods. We also believe that the representations of religious discourse inserted into fluid modernity (second

* Bacharel, licenciado e mestre em História pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atualmente Doutorando do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas pela mesma universidade. Pesquisa sobre o culto como espetáculo entre os evangélicos brasileiros.

** Bacharel e licenciado em História pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente mestrando em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), na área de concentração História do Tempo Presente. Bolsista PROMOP/UDESC. Pesquisa sobre espetáculo, mídia e consumo no neopentecostalismo.

conceptualization of Bauman) is developed by private roads, linking authoritarianism and polissemey.

Keywords: religious discourse; religious market; polissemey; liquid modernity

Mercado y discurso religioso en la modernidad líquida

Resumen

La forma de apropiación del "mercado de bienes de salvación" tiene por objeto, a través de diferentes medios, utilizar los contenidos religiosos para conquistar inserción y adhesión emocional de fieles. Eso se asocia a la mercantilización de lo sagrado y a la utilización de lenguajes contemporáneos, bien como a su inserción en un mercado de bienes simbólicos. Entendemos también que las representaciones del discurso religioso inserido en la modernidad fluida se desarrollan en caminos particulares, asociando autoritarismo y polisemia.

Palabras clave: discurso religioso; mercado religioso; polisemia; modernidad líquida

A ideia de mercado e individualização no campo religioso

Nosso objetivo nesse artigo é o de procurar identificar, dentro do discurso religioso das igrejas neopentecostais, diferentes representações e formas de apresentar-se como templo religioso ao público, associadas à sua adequação ao mercado de bens de salvação religiosa, ou seja, de acordo com circunstâncias diversas como a demanda do público, a mudança de perfil do *fiel-consumidor*¹ e as ressonâncias trazidas pelos novos ventos mercadológicos.

Aqui, procuramos perceber como este discurso se opera, quais as intenções que a ele se associam e embutem e qual a relação que se forma com seu fruidor, o *fiel-consumidor*.

Para tal, buscamos inicialmente referência em dois autores: em Zygmunt Bauman que desenvolveu o conceito de "modernidade líquida" e em Eny Orlandi que propõe uma observação e padronagem do discurso religioso. De início, podemos entender em Bauman as características de modernidade líquida²:

¹ Assim chamada, pois percebemos no *ethos* religioso dos participantes de cultos evangélicos a característica de consumidores de produtos e bens tangíveis e intangíveis oferecidos por estes novos templos religiosos.

² Entendida por outros autores como "modernidade tardia", "pós-modernidade", "supermodernidade" e outros epítetos.

a primeira seria o “colapso gradual e rápido declínio da antiga ilusão moderna: da crença de que há um fim do caminho em que andamos, um telos alcançável da mudança histórica, um estado de perfeição a ser atingido amanhã (...) um firme equilíbrio entre oferta e procura e a satisfação de nossas necessidades; da ordem perfeita (...) do domínio sobre o futuro (...) e a idéia de aperfeiçoamento se trasladou para a auto-afirmação do indivíduo. (...) Há a realocação do discurso ético/político da “sociedade justa” para o dos “direitos humanos”, o direito dos indivíduos permanecerem diferentes e escolherem seus próprios modelos de felicidade.³

Para Bauman, o comportamento mais sintomático desta sociedade – que se associa ao individualismo - é o consumismo. Ele demonstra como as pessoas tratam outros indivíduos também como bens de consumo, inclusive nas relações amorosas, tal como fariam com mercadorias postas em uma prateleira ou vitrine. Mais que isso, enxerga a si mesmo como portadores de identidades múltiplas e alcançáveis mediante esforço de identificação junto ao outro e conseqüente autorrepresentação. Peter Berger nos mostra que toda a construção humana é um produto da sua cultura, chamado de “segunda natureza”, e é justamente por isso que as construções do mundo são geralmente precárias, pois são constantemente colocadas em xeque.⁴

Considerando que para Bauman nos tempos atuais criou-se a ideia de uma cultura de consumo, deriva-se desta forma que não é difícil perceber que neste mundo contemporâneo se anexam diferentes *personnas* (as máscaras que são colocadas conforme as intenções dos sujeitos) à sua individualidade com a intenção de ocupar espaço social junto ao outro, e buscam neste, a aprovação para sua identidade fragmentária e fluida. Logo, nesta sociedade que não é mais vista como produtora (tal como ocorria na modernidade “pesada”), e sim consumidora, tudo se relaciona a bens consumíveis, e isso não é diverso em relação aos bens simbólicos religiosos, como convençionalmente chamamos – adotando o termo usado por Pierre Bourdieu: “bens de salvação”.

³ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.p.37-38.

⁴ BERGER, Peter. **O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião**. São Paulo:Paulus, 1985. p.19.

Para o intelectual francês, a religião teria basicamente duas funções: a de construir bem como expressar a experiência e a consagração que está relacionado à legitimação das práticas religiosas, ou em outras palavras, a sua eficácia simbólica.⁵ Neste sentido, desenvolve também a ideia da existência de um campo religioso marcado pela disputas dos mercados religiosos que dependem da eficácia simbólica do discurso. A mercantilização e a individualização dos grupos religiosos dentro do campo brasileiro parecem evidentes. Podemos assim estabelecer um breve paralelo com a situação observada nestas igrejas: Os indivíduos escolhem o que pretendem ou lhes é mais conveniente seguir, dentre vários produtos e “sítios expositores de produtos”. Este intercâmbio de bens simbólicos religiosos tangíveis e intangíveis entre o “fiel-consumidor” e o “sacerdote-ofertante de bens de salvação”, nos remete à noção de “reversibilidade do discurso” explicada por Orlandi. Nesta, um existe através do outro, “um se define pelo outro”. Conforme também cita Eduardo Paegle,

neste supermercado de bens religiosos, os fiéis escolhem os seus produtos de maneira à la carte. Um fiel-cliente quer um pregador incisivo, outro, um animador de auditório, outro, ainda, prefere grupo de coreografias e diferentes estilos musicais, outro, um culto mais tradicional, litúrgico. Nesta individualidade, cada fiel consome uma forma diferente de experiência religiosa em face aos produtos simbólicos religiosos oferecidos. (...) Na prática, isso significa uma religião do self ⁶

O discurso religioso

A tipologia do discurso religioso de Orlandi (1987) identifica três categorias. A primeira é o discurso lúdico, dotado de uma “polissemia aberta”, onde há uma relação triádica entre o locutor, o ouvinte e o referente, o significante. É polissêmico, pois muda de sentido durante o percurso: fica-se à mercê do referente, do objeto, sendo que nenhum dos dois interlocutores força o domínio do outro através deste significante. Caracteriza-se, portanto, pelo espírito agradável na interlocução, sendo um discurso brando e conciliador.

⁵ BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974. p.45-46.

⁶ PAEGLE, Eduardo Guilherme de Moura. A religião fast food. **Diário Catarinense**. Florianópolis, 02 de fevereiro de 2008. Caderno de Cultura. p.4.

Já a segunda categoria diz respeito ao discurso polêmico que “mantém a presença do seu objeto”, sem que os participantes se exponham, embora tentem dominar o seu referente. Caracteriza-se por ser dotado de uma “polissemia controlada”, podendo inclusive cair na injúria do discurso. Aqui se dominaria o referente para a subjugação do interlocutor. De outro modo, na terceira categoria, a do discurso autoritário haveria uma “polissemia contida”, a qual advém do fato de que neste discurso o referente se encontra ausente, “oculto pelo dizer”, não havendo realmente interlocutores, mas um agente exclusivo.

Inserido ao conceito de reversibilidade, percebe-se como substrato outro critério necessário para o entendimento dos tipos de discurso: o critério da polissemia. Para Orlandi, a polissemia é o “processo que representa a tensão estabelecida pela relação homem/mundo, pela intromissão da prática e do referente enquanto tal, na linguagem”. Entendemos aqui que a polissemia também seja relativa aos vários sentidos que podem ser percebidos dentro do discurso.

Contudo, em relação a esta classificação, Orlandi anota que no caso do discurso autoritário o que se identifica é a *ilusão da reversibilidade* que sustenta este discurso:

isso porque, embora o discurso autoritário seja um discurso em que a reversibilidade tende a zero, quando é zero o discurso se rompe, desfaz-se a relação, o contato, e o domínio (escopo) do discurso fica comprometido. Daí a necessidade de se manter o desejo de torná-lo reversível. Daí a ilusão. E essa ilusão tem várias formas nas diferentes manifestações do discurso autoritário.⁷

Para Orlandi, o discurso religioso é autoritário, pois se referencia em si mesmo, se qualifica em si, no suposto da perfectibilidade divina. Para a autora, o discurso religioso é “aquele em que fala a voz de Deus” e mais que os outros, tende naturalmente para a monossemia, já que este discurso tem como característica a polissemia contida.

entretanto, em relação à monossemia, não podemos dizer que o discurso autoritário seja monossêmico, mas sim que ele tende à monossemia. Isso porque todo discurso é incompleto e seu sentido é intervalar: um discurso tem relação com outros discursos, é constituído pelo seu

⁷ ORLANDI, Eny Pulcinelli. **A linguagem e o seu funcionamento**: as formas do discurso. Campinas: Pontes, 1987, p.240.

contexto imediato de enunciação e pelo contexto histórico-social, e se institui na relação entre formações discursivas e ideológicas. Assim sendo, o sentido (os sentidos) de um discurso escapa(m) ao domínio exclusivo do locutor. Poderíamos dizer então, que todo discurso, por definição, é polissêmico, sendo que o discurso autoritário tende a estancar a polissemia.⁸

Dado isto, a partir deste ponto analisaremos com brevidade discursos que aparentemente são dissonantes, mas se interpolam, fazendo parte de um discurso mais abrangente, o discurso religioso. Seriam o discurso doutrinário, o discurso econômico e o discurso formal. A partir desta identificação, e ainda que de maneira rápida, procuraremos perceber nestes, sua inserção na modernidade líquida e em que medida eles transparecem uma polissemia e uma reversibilidade do discurso.

É a partir da noção de polissemia que nos lançamos à análise do *discurso doutrinário*, que seria o conteúdo doutrinário deste perfil de igreja, com seus dogmas, mandamentos e convenções, sendo de caráter estrutural dentro da instituição e portador do que Orlandi denomina “polissemia contida”.

Como já citado por Orlandi, no discurso religioso os sinais de sua associação com o discurso autoritário estão no fato deste referente ser ausente, pois ele mesmo se referenciaria, ou seja, sua qualificação se encontraria em si mesmo; e também pelo fato de haver a existência de uma “voz autorizada”, que se qualifica a partir de um dispositivo, que é a sua identificação com algo que a pressupõe qualificável, no caso, a própria voz de Deus. Identifico de modo claro nestas igrejas a figura do sacerdote como *voz autorizada* de Deus, e suas assertivas como expressão da verdade, onde o pregador tem como “dispositivo” que o qualifica esta Voz Suprema, onde o agente expositor por excelência e unicidade “é” o próprio Criador. Corroborar-se a isto a assistência de instrumentos simbólicos paralelos como a *palavra autorizada*, que é a Bíblia, e o *espaço autorizado*,⁹

⁸ ORLANDI, 1987, p.244.

⁹ Para AMARAL, Leila. Deus é pop: sobre a radicalidade do trânsito religioso na cultura popular de consumo. In: GIL, Benedito M.; SIEPIERSKI, Paulo D. (organizadores). **Religião no Brasil**: enfoques, dinâmicas e abordagens. São Paulo: Paulinas, 2003. p.104. Existe a idéia do “sagrado sem lugar”, pois pode-se ter experiências religiosas não exclusivamente no templo, mas num estádio, numa feira, num *shopping Center* ou numa festa *rave*, caracterizando uma desterritorialização do sagrado.

que é o templo, como já se referia Bourdieu. Identifico aqui uma ilusão de reversibilidade do discurso, onde a troca discursiva se dá apenas de modo aparente. Além da ilusão de reversibilidade percebo baixo grau de “polissemia líquida” na estrutura religiosa, já que o fiel-consumidor é aquele que acata a voz autorizada e seus símbolos. Assim, na estrutura de seus ensinamentos o “discurso doutrinário-religioso” tende à monossemia e ao autoritarismo.

Associa-se a este discurso doutrinário outra forma de representação do discurso, a *formal*. Esta diz respeito ao modo como os sacerdotes e demais líderes dos estabelecimentos neopentecostais tratam seus fiéis-consumidores. Obedece-se a um processo de amoldagem constante do discurso, no sentido de que a demanda ajuda neste amoldamento do discurso.

Aparentemente, a forma deste discurso é bastante lúdica, como diria Orlandi, e dotada de uma polissemia do tipo aberta, mas não é indiciária de uma categoria deste tipo de discurso: a relação triádica entre o locutor, o ouvinte e o referente (o significante), já que, como dito, o referente se encontra ausente, “oculto pelo dizer”. Assim, esta relação lúdica e liquefeita do discurso se dá apenas no aspecto formal, na adesão emocional favorável ao líder, o que Hans-Robert Jauss chamaria de “identificação associativa simpática ao herói”; na construção de um imaginário de liberdade religiosa promovida pela liberdade de escolha de bens de salvação, tanto tangíveis como intangíveis e na representação de um diálogo horizontalizado entre sacerdote-ofertador e fiel-consumidor. Esta forma de discurso, portanto, obedece a um processo de derretimento e amoldagem constantes da *forma* do discurso, plenamente inseridos à ideia de polissemia aberta.

Isso equivale a dizer que temos um movimento (ao menos aparentemente) paradoxal quanto à forma e o conteúdo do discurso religioso. Estruturalmente, o mesmo possui a carga intrínseca de obediência ao dispositivo qualificativo de uma voz autorizada e de uma hierarquia estabelecida “pelos poderes do Alto”, mas se reveste de signos de identificação associativa, podendo então ser qualificado como autoritário em sua estrutura e lúdico, “líquido”, em sua forma, ou seja, o discurso religioso inserido na modernidade líquida se desenvolve por representações e caminhos particulares. Como diria ainda Lyotard, o “peso das instituições impõe limites aos jogos de linguagem, e assim restringem a inventividade dos

parceiros em matéria de lances.”¹⁰ Ele explica que dentro do uso ordinário do discurso os

interlocutores lançam mão de todos os meios, mudam de jogo entre um enunciado e outro: a interrogação, a súplica, a asserção, o relato são lançados confusamente na batalha. Esta não é desprovida de regra, mas sua regra autoriza e encoraja a maior flexibilidade dos enunciados (...) uma instituição difere sempre das pressões de uma discussão no que ela requer de pressões suplementares para que os enunciados sejam declarados admissíveis em seu seio. Estas pressões(...)privilegiam certos tipos de enunciados, por vezes um único, cuja predominância caracteriza o discurso da instituição; há coisas que devem ser ditas e maneiras de dizê-las.¹¹

Ao adentrar ao jogo das instituições, o fiel deve perceber e reconhecer uma nova linguagem que evidencia uma nova cosmovisão. Esse processo de conversão é seguido por uma nova linguagem que apropriada e/ou reapropriada, ou ainda, ressignificada. Rubem Alves, por exemplo, faz uma clara distinção quando afirma que:

O recém-convertido fala de uma maneira muito diferente daqueles que já se converteram há muito tempo. O converso está no limiar de um universo. Ainda não penetrou dele. Os últimos já o habitam e já o conhecem com familiaridade. O primeiro fala apenas de sua mudança emocional íntima. Ainda ignora as regras que estruturam o mundo em que irá entrar. Os outros já as aprenderam; foram iniciados nas regras da construção protestante da realidade.¹²

O discurso racionaliza a experiência religiosa, ao mesmo tempo em que teoriza, dá sentido, um norte existencial ao novo fiel. Embora Rubem Alves, se refira aqui aos grupos protestantes, entendidos como de origem reformada, poderíamos transpô-la sobre os grupos neopentecostais, o que ganha um sentido ainda maior devido ao expressivo crescimento desses grupos nas últimas décadas, ou seja, muitos são novos fiéis, sendo no âmbito familiar, a primeira geração de fiéis, tendo que construir um discurso que expresse uma nova

¹⁰ LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. São Paulo: José Olympo, 1979.p.31.

¹¹ Id.Ibid.

¹² ALVES, Rubem. **Protestantismo e repressão**. São Paulo: Ática, 1979. p.82.

cosmovisão, inclusive às vezes, a contragostos familiares por serem de outras matrizes religiosas. Essa ruptura nem sempre é pacífica, sendo que nas escolhas religiosas numa “sociedade líquida”, o peso da tradição familiar também é diluído.

Para além deste ponto, identificamos um *discurso econômico-religioso*, que se relaciona com clareza ao que Pierre Bourdieu chama de mercado de bens de salvação, onde identificamos a relação estabelecida entre a oferta e a demanda do mercado. Aqui, vemos que quem condiciona a oferta de produtos e bens simbólicos religiosos – ou bens de salvação – é o próprio público, o que nos leva a entender que ele se consubstancia em alguma instância, como parte reversível no jogo comercial, parafraseando a velha máxima dos livros de marketing empresarial: “sem demanda não há oferta”. De certa maneira, se quem busca o produto condiciona sua oferta, sua importância além de fundamental, é a própria razão de ser da relação estabelecida.

Em última instância, é admissível tratar-se de um movimento de codependência. Novamente lembrando Orlandi e suas categorias de análise do discurso, o locutor ocupa o lugar do ouvinte e vice-versa. Podemos dizer, portanto que, em relação ao *discurso econômico*, há forte ação polissêmica, e o mesmo se encontra envolto a uma real reversibilidade do discurso. Identificamos nesta representação do discurso religioso claro exemplo de polissemia.

Na medida em que a religião se moderniza, existe um descarte de alguns elementos e a incorporação ou mesmo a fusão de outros elementos. Por exemplo, a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) trabalha simultaneamente com a matriz judaica, quando afirma que aquilo que oriunda de Israel é mais sagrada do que outros lugares; com a matriz afro, nos cultos de “descarrego”; e com uma matriz católica, quando sacraliza objetos (rosa e bala ungida, por exemplo), permitindo que o fiel interprete essas matrizes e as ressignifique.

“A religião acompanha as sociedades em mudança modificandose concomitantemente e adaptando-se às necessidades onde quer que estejam.”¹³ Se adaptam elementos de outras matrizes religiosas, mesmo que os produtores dos bens simbólicos não são admitidos. Assim, por exemplo, um membro da Igreja Universal do Reino de Deus não admitir que existam elementos católicos na sua expressão

¹³ MARTINO, Luís Mauro Sá. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003. p.51.

religiosa, pois enxerga essa igreja muito mais como um potencial concorrente religioso. De certo modo a contemporaneidade oferece uma ausência de contradições nas práticas religiosas, mais sujeito a subjetividade individual do que a de grandes projetos coletivos. Isso ocorre porque “o objetivo final é alcançar a dominação tendencial do campo religioso, as condições do monopólio para a ‘produção do sagrado’, destituindo as concorrentes de sua razão de ser, provando que suas obras e filosofias são pírias e que o seu capital religioso é menor, falível, portanto inútil.”¹⁴

Portanto, nem sempre essa disputa em busca de um maior capital simbólico e de legitimidade em busca de um maior número de adeptos ocorre de forma pacífica. O emblemático caso conhecido como “chute da santa” é um exemplo disso. Isso ocorreu em 12 de outubro de 1995 (feriado católico de Nossa Senhora Aparecida) quando o bispo da Igreja Universal, Sérgio Von Helde chutou a padroeira católica, fato mostrado pela Rede Record para todo o Brasil, o que acabou trazendo violentas reações contrárias a esse ato, não só dos grupos católicos, mas também das diversas religiões que compõem o mosaico religioso do país.¹⁵

Esse episódio evidenciou um “rearranjo global do campo religioso no Brasil.”¹⁶ Porque considerando que a Igreja Católica exercera um monopólio religioso em conjunto com a vida pública, agora têm que se ater as questões do privado. Cria-se assim uma “fluidez ambígua, baixo grau de institucionalização das igrejas, proliferação das seitas e práticas devocionais, seu rearranjo constante ao sabor das inclinações pessoais ou das vicissitudes da vida íntima de cada um.”¹⁷

Essa fluidez caracteriza assim um campo religioso brasileiro em transformação podendo criar devido as inúmeras opções religiosas, seja pelo seu grau de abrangência e pelo seu aspecto mercantil, uma dissociação ou um enfraquecimento da vida privada em relação à vida pública. Pois a diminuição hegemônica do catolicismo brasileiro, embora a sua influência ainda seja notória, aparece conjuntamente com o fato dele ter a sua capacidade de normatizar a vida pública perdido espaço para outras matrizes religiosas, sobretudo os evangélicos.

¹⁴ MARTINO, 2003.p.59.

¹⁵ MONTES, Maria Lúcia. As figuras do sagrado entre o público e o privado. In SCHWARCZ, Lílian M. **História da Vida Privada no Brasil**. v. 4. São Paulo: Editora Schwarcz, 2000.p.65.

¹⁶ MONTES, 2000, p. 68-69.

¹⁷ MONTES, 2000, p.69.

Na medida em que esse pluralismo religioso crescente se tornou visível seja na vida pública ou privada, podendo ser observável na mídia, na política, na ocupação dos espaços públicos, nas manifestações, no cinema e em diversas outras expressões do cotidiano, a perda da tradição torna-se mais clara. A modernidade dilui essa tradição, podendo eventualmente usufruí-las quando o indivíduo assim o desejar, reconfigurando a seu bel-prazer ou as suas necessidades cotidianas, acentuando que o *self* (re)elabora elementos religiosos que o julga mais conveniente e descarta o que não lhe agrada, montando uma espécie de “quebra-cabeça religioso”, no qual as peças (os elementos religiosos) são encaixadas conforme a cosmovisão do fiel, podendo inclusive dissociar as normas oficiais denominacionais da sua conduta diária, ou em outras palavras, de uma “vida pública eclesiástica” de uma vida privada no sistema cultural de crenças extremamente individualizado.

Considerações finais

Através deste artigo, buscamos evidenciar que os discursos permeiam o campo religioso, mostrando uma acirrada disputa na busca de fiéis-consumidores. Os grupos neopentecostais conseguiram se inserir mais fortemente na disputa desses fiéis-consumidores (considerando o campo religioso brasileiro) e alcançar uma eficácia simbólica relacionada à subjetividade das aspirações individuais que dão respostas tanto no aspecto transcendental quanto na esfera terrena. Quando o discurso religioso se mostra ineficaz e não atinge o seu objetivo nas aspirações de quem ouve, o trânsito religioso e a busca por novas respostas voltam à cena, mostrando que a religião enquanto coletividade pode ser descartada para outra que convença o fiel da melhor opção escolhida individualmente.

Referências bibliográficas

- ALVES, Rubem. *Protestantismo e repressão*. São Paulo: Ática, 1979.
- AMARAL, Leila. “Deus é pop: sobre a radicalidade do trânsito religioso na cultura popular de consumo”. In: GIL, Benedito M.; SIEPIERSKI, Paulo D. (organizadores). *Religião no Brasil: enfoques, dinâmicas e abordagens*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BERGER, Peter. *O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. São Paulo: Paulus, 1985.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. *A economia das Trocas Lingüísticas (o que falar quer dizer)*. São Paulo: EDUSP, 1996.

LYOTARD, Jean-François. *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: José Olympo, 1979.

MONTES, Maria Lúcia. "As figuras do sagrado entre o público e o privado". In SCHWARCZ, Lílian M. *História da Vida Privada no Brasil*. v. 4. São Paulo: Editora Schwarcz, 2000.

ORLANDI, Eny Pulcinelli. "O Discurso Religioso" In: *A Linguagem e seu Funcionamento. As Formas do Discurso*. Campinas, SP: Pontes, 1987.

PAEGLE, Eduardo Guilherme de Moura. *A religião fast food*. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 02 de fevereiro de 2008. Caderno de Cultura. p.4.