



Psicanálise da religiosidade: o marketing da intolerância ou de como a iurd oprime a umbanda*

Religiosity psychoanalysis: the intolerance marketing OR How the Igreja Universal do Reino de Deus bullies Umbanda.

*Sidney Nilton de Oliveira***

Resumo: A religiosidade sempre fez parte da história da humanidade. As igrejas hegemônicas e o Estado fizeram alianças em diferentes momentos. O fracasso da onipotência neoliberal fez com que os novos capitalistas lançassem mão dessas velhas alianças. A inevitável prevalência do mal-estar neoliberal permite que os sujeitos resgatem na religião messiânica a compensação para as frustrações e angústias da sociedade performática do espetáculo. Nesse contexto, abriu-se espaço para a ideologia conservadora da família, da tradição, da propriedade e da moral sexual. A IURD surgiu no contexto de redemocratização do Brasil e de crise das igrejas tradicionais, apoiada em um poderoso e agressivo marketing opressor no qual a intolerância e o preconceito foram as armas principais em sua guerra santa contra a Umbanda. O marketing da intolerância da IURD se ergueu em cima da demonização da cosmologia da Umbanda e por apresentar-se como a peça fundamental para a resolução do mal-estar da modernidade.

Palavras-chave: psicanálise e religiosidade, marketing religioso, intolerância religiosa, Umbanda e IURD, mal-estar na modernidade.

Abstract: Religion has always been a part of human history. From a historical point of view, the same is true for alliances between churches and the State. Under the more recent conditions of neoliberalism, these alliances have become increasingly problematic giving rise to an individualized religiosity that seeks to compensate the discomforting and frustrating threats of a neoliberal society through adhering to spectacular cultic performances typical for a messianic type of religion. The latter is generally associated with a conservative ideology in terms of family,

* Este trabalho foi inspirado na comunicação oral Psicanálise e Intolerância Religiosa: A retórica da Demonização da Umbanda ou de quando se acha feio o que não é espelho apresentada no XIII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de História das Religiões e das Religiosidades.

** Pós-doutor em Educação (FE-USP), doutor em Psicologia Social (IP-USP), professor do Mestrado e do Departamento de Psicologia da UFPR. Contato: sidney@ufpr.br

tradition, property and sexual morality. Fitting to this category, the Universal Church of the Kingdom of God, which emerged during the process of democratization of the country and admit the crisis of traditional churches, is known for aggressive and intolerant marketing procedures. One of the main targets of its campaigns is Umbanda, which suffers h the Churches attempts to demonize Umbanda's cosmology. Through these kind of discourses, the Universal Church of the Kingdom of God presents itself as the main solution for the malaise of modernity.

Key words: psychoanalysis and religion, religious marketing, religious intolerance, Umbanda and IURD, malaise in modernity.

Introdução: A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e o capitalismo

As formas de opressão e recalque da cultura de um grupo ou mesmo do patrimônio imaterial de um povo se instituem e se reproduzem na mesma proporção em que conseguem sufocar a religiosidade do oprimido, interdita-lo simbolicamente e destituir seu imaginário. É quando o opressor cala a palavra que representa o sagrado de um povo que a dominação atinge o seu ápice. É quando quer intervir no imaginário do *outro* e interditar a autoria de suas ilusões e influenciar em suas subjetivações.

A religiosidade sempre desempenhou um importante papel na história brasileira - desde a descoberta, passando pela colonização, as religiões trazidas pelos europeus ou praticadas pelos índios, e mais tarde, pelos que aqui chegaram por vontade ou pela força dos grilhões. Ao longo de sua história, a complexa e plural religiosidade do povo brasileiro foi um dos componentes mais ricos para a formação e expressão da identidade nacional e, muitas vezes, veículo de opressão e domínio das religiões hegemônicas e do poder político, especialmente sobre a cultura popular.

Nos inumeráveis períodos de autoritarismo, a religiosidade e as próprias religiões eram tomadas como valiosos aliados ou perigosos inimigos. Entretanto, é necessário ressaltar que foram pouquíssimos os momentos em que a religião foi uma vítima inocente usurpada em sua cândida intenção. O que de fato se destaca é um pacto consciente, ou não, entre muitas igrejas e o Estado brasileiro.

Apesar dos incontáveis avanços dos tempos democráticos, o poder econômico regulou de algum modo a aproximação ou o distanciamento entre a religião e o Estado. Não foi diferente nas últimas décadas do século XX, quando o neoliberalismo instituiu e estimulou as mais diversificadas relações com o campo religioso, que, apesar do fracasso de seus ideais de felicidade, deveriam de algum modo garantir a reprodução ideológica e a manutenção da sociedade de classes.

Apoiado no fim da história e na inoperância das utopias progressistas, o projeto neoliberal resistia reforçando sempre a relação do “ter” sobre o “ser” e nomeando o ideal do consumo como acesso a felicidade e a realização existencial. Havia condição de o campo religioso voltar a ocupar um lugar de destaque nesse cenário desde que superasse o desgaste do catolicismo conservador ou do protestantismo clássico e sufocasse de vez a crítica das teologias libertadoras ou progressistas.

As velhas contradições entre capital e trabalho não eximiram a sociedade neoliberal de suas intermináveis crises políticas, econômicas e sociais. Mesmo os projetos mais ambiciosos que propagavam o fim da história e das ideologias libertárias não davam conta de explicar o crescimento da miséria e da violência nos grandes centros urbanos. As instituições neopentecostais perceberam a chance e cada uma conseguiu conquistas semelhantes, mas foi a IURD que se mostrou mais eficiente no diálogo com um valioso *parceiro* chamado capital...

Embora as igrejas neopentecostais puguem literalmente uma inversão da lógica “ter ao invés de ser”, na prática elas reforçam essa lógica capitalista, e a justificam por meio de passagens bíblicas ou por exemplos altruístas. A IURD justificou e capitalizou essa estratégia como raras igrejas fizeram. Em trabalho anterior, afirmamos:

Muitas instituições religiosas souberam perceber de que lugar era mais privilegiado falar para ser eleita a ilusão escolhida para consolar um sujeito melancólico e com um enorme vazio em seu colo. Deixaram de queimar os manuais de psicologia e de comunicação social e, depois de isolarem sua práxis, os tornaram instrumentos de seu sucesso e perpetuação. Ao abandonarem amadorismos e limitadas estratégias empíricas essas instituições religiosas sentaram à direita do trono dourado do capital de fato, e as últimas décadas só elucidaram a valiosa contribuição que a mercantilização do sagrado trouxe à exploração do homem pelo homem. A nova guerra santa deveria ser dirigida agora às religiões críticas e emancipadoras e inexoravelmente enraizadas na cultura dos oprimidos.¹

Esta citação permite entender porque foi conveniente ao Estado brasileiro, em muitos períodos de sua história, incentivar ou até mesmo financiar as religiões que justificassem suas limitações com a justiça social ou as suas ações de repressão e desrespeito aos direitos fundamentais da pessoa. Essa é também uma via que permite apreender a razão que aparece em diferentes períodos da história brasileira

¹ S. N. OLIVEIRA, Psicanálise e Intolerância Religiosa: A retórica da Demonização da Umbanda ou de quando se acha feio o que não é espelho. In: GT *Espetáculo, mídia, mercado e marketing religioso*, XIII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de História das Religiões e das Religiosidades, s/p.

em que se produziram inúmeros exemplos de intolerância religiosa. Todo esse cenário tornou viável o acordo tácito entre o capitalismo de Estado e o capital da fé. É essa perspectiva, que toma pra si o tratamento e a solução dos problemas humanos oferecendo o sujeito da angústia à ilusão de evitá-la ou curá-la pra sempre.

Como foco principal dessa tendência, evidencia-se a tentativa de diluir o sujeito e sua subjetividade peculiar no engodo neoliberal. Interditar a crítica e o imaginário de um sujeito só é possível se existe uma cultura e uma sociedade que neguem à falta ou que se intitulem capazes de curar as “feridas humanas”. Apesar de todo esforço e marketing do sucesso desse projeto, o mal estar da modernidade sugere que há algo dando errado, como reclama o personagem de música de Raul Seixas^{2 3}:

Eu devia estar feliz pelo Senhor
Ter me concedido o domingo
Prá ir com a família
No Jardim Zoológico
Dar pipoca aos macacos...
Ah!
Mas que sujeito chato sou eu
Que não acha nada engraçado
Macaco, praia, carro
Jornal, tobogã
Eu acho tudo isso um saco.

Ao mesmo tempo em que bota fé em ser uma das ferramentas de enfrentamento e de solução para o mal-estar da modernidade, a IURD ainda culpa a Umbanda por boa parte da origem ou prevalência desse mal-estar.

A capitalização dessa angústia é possível porque a IURD toma pra si os “portos” onde o projeto neoliberal naufragou e onde ainda atracam os desejos mais íntimos na modernidade e que foram cooptados pelo messianismo neopen-tecostal. Os mais desavisados são atraídos pelo canto da sereia ou/e creem que ali encontraram a cura do mal-estar da modernidade. É nesse transe que se dão as subjetivações esfaceladas e incompletas, mas ilusoriamente reunidas em um “nó” religioso.

O preço a ser cobrado pela comunhão dessa ilusão é a ruptura do sujeito com a singularidade e o estranhamento das diferenças. A crítica é esvaziada ou ocupa um lugar estrangeiro, onde, por repressão ou recalque, pouco há por fazer.

² SEIXAS, R. Ouro de Tolo. In: *Krig-Há Bandolo* de Seixas.

³ Esta canção é uma crítica inteligente à ditadura militar e traz, em nossa opinião, uma interessante aproximação com o conceito freudiano do mal-estar.

E o campo religioso é convocado sempre que o argumento ideológico ou moral não dá conta. Mas é preciso que a religião invocada esteja em sintonia com esse projeto opressor. Ou, em outras palavras:

A religiosidade que permeia a sociedade brasileira desde sempre assume na atualidade uma dimensão gigantesca nas classes populares, nas quais as formas *messiânicas* de salvação buscadas ardentemente pelas massas diante do quadro catastrófico do gozo perverso usufruído pelas elites à custa dos corpos das classes populares. Portanto, se o Estado e a sociedade brasileira não reconhecem os direitos básicos de cidadania das classes populares, estas vão buscar com volúpia nos deuses a possibilidade de serem reconhecidas como sujeitos.⁴

Embora essa condição possa ser estendida para muitas religiões, especialmente as neopentecostais, é na IURD que é percebida de maneira categórica.

Quando a cultura (capitalista) privilegia as subjetivações a partir das trocas simbólicas convenientes aos seus valores, a sociedade neoliberal passa a esvaziar os signos originais que os sujeitos compartilhavam, (re) significando as suas matrizes culturais para internalizarem os signos ou os conteúdos privilegiados pela palavra ou ideologia hegemônica e que de algum modo recalcam a pulsão agressiva.

Relatamos em trabalhos anteriores (ver referências ao final) a origem desse movimento no Brasil. Localiza-se uma base mais consistente ao final da década de 70, onde todo cenário religioso, político e econômico estava em ebulição, pois o lento e contraditório processo de redemocratização do país constituía um continente de incertezas, esperanças e temores, típicos das épocas de grandes transformações políticas e sociais.

Não foi ao acaso que justamente no final dessa década surgiram diversas igrejas novas, especialmente a IURD. Tomando carona na expansão pentecostal sentida especialmente na segunda metade do século XX, a IURD foi fruto de diversas rupturas e alianças de instituições e missões pentecostais nacionais ou vindas do exterior. Décadas depois, a IURD elegeu algumas concorrentes neopentecostais como sua terceira frente de batalha, depois das religiões afro-brasileiras (especialmente a Umbanda) e a Igreja Católica.

Ao converter-se em representante do desejo, a IURD funde-se com ideologias favoráveis aos seus dogmas e, ao mesmo tempo, assume também um protagonismo de combate ao mal-estar e aos grandes dramas humanos. Para justificar essa posição, era preciso instituir subjetividades criativas e, sobretudo, elásticas o suficiente para dar conta das angústias mais pontuais. Era preciso um imaginário onipotente que transcendesse ao máximo, mesmo que a lógica fosse absurdamente contrariada. Ronaldo de Almeida descreveu esse processo com maestria:

⁴ BIRMAN, J. *Mal-estar na Atualidade: A psicanálise e as novas formas de subjetivação*, p. 286.

A Igreja Universal promete mais que o Estado e a medicina podem proporcionar. A cura milagrosa da AIDS, a cura do câncer sem sofrimento e a cura de outros males são respostas oferecidas à aflição do fiel diante da dor e da morte. Tudo isso é alardeado de forma espetacular nos jornais, nos templos, rádios e televisão [...] O desemprego, a miséria, a crise familiar – novamente os problemas que afligem o cotidiano das pessoas, principalmente das camadas mais desfavorecidas da população – são quase sempre de origem maligna. Além disso, o diabo é um ser cultuado por outras religiosidades, mais especificamente as afro-brasileiras.⁵

O Estado e a sociedade assistem a tudo isso atônitos. Embora sejam muitas vezes casos de saúde pública, a ignorância, a conveniência ou a culpa pelos anos de autoritarismo faz com que pouco se avance nesse território. A democracia e a liberdade religiosa ou de opinião jamais deveriam se sobrepor ao bem comum, pois deste são signatários.

Por tudo isso, evitar ou solucionar o *drama humano*, especialmente o fracasso pessoal ou profissional – colocados em simulacros especiais no discurso da modernidade – eram o grande trunfo ao lado da defesa da família nuclear burguesa e da defesa da propriedade privada. A construção de uma ética Iurdiana está evidentemente colada ao neoconservadorismo retomado pela sociedade neoliberal.

Decifrar os códigos neoliberais e os rearranjos da elite facilitava a edificação de projetos mais ambiciosos que colocassem determinadas religiões na posição messiânica de salvação da felicidade e realização pessoal. Essa estratégia se erguia a partir de uma estruturação empresarial que investisse significativamente em publicidade, propaganda e marketing dirigidos ao público externo e interno das instituições neopentecostais. Ou, em outras palavras:

O desamparo, convertido agora em desolação e masoquismo leva as subjetividades irresistivelmente para a busca frenética de quem os salve das misérias do *mal-estar* e que lhes possa oferecer alguma forma de proteção possível diante da ausência de um efetivo legislador.⁶

A profissionalização e a modernização da mídia religiosa tornaram-se vitais para o sucesso dessa mudança que exigia um crescimento político e econômico de seus pares. Isso não significou o abandono da antiga panfletagem, mas uma diversificação de estratégias, formas e linguagens.

A grande ilusão patrocinada pelo pacto Estado – Igreja era juntar a esperança de prosperidade econômica com o reconhecimento social e com a promessa de

⁵ ALMEIDA, R. *A Igreja Universal e seus Demônios*, p. 131-132.

⁶ BIRMAN, J. *Arquivos do mal-estar e da resistência*, p. 75.

uma remontagem e salvação do antigo modelo familiar. Esse processo foi e ainda é possível porque no projeto neoliberal contemporâneo se intensificou também a massificação das identidades e identificações, reforçando desde muito cedo a acomodação da pulsão agressiva.

Mas o sucesso dessa empreitada foi bem edificado quando se abandonou muitos dogmas arcaicos ou antigas certezas e passou-se a colar a religiosidade – especialmente a neopentecostal - com a hegemonia de uma nova ética e estética do mercado nacional e internacional. As igrejas que ampliaram o número de adeptos foram aquelas que entenderam a urgente necessidade de criar uma escuta ativa e flutuante para conhecer quem era seu consumidor e que mudança exigia para fidelizá-lo. Essa perspectiva não só se confirmou, mas, com as contradições sociais e econômicas se tensionando, passou a ser vital para a sobrevivência das igrejas que, nas últimas décadas, viveram da chamada “crise da fé” ao retorno triunfal do sagrado diante do “fracasso” da modernidade.

O marketing Iurdiano e sua opressão

A promoção artística dos pastores e padres cantores e das marchas e festivais gospel recolocaram a fé na ordem do dia e viabilizaram o produto religioso como atrativo ao mercado consumista. Revitalizados pelo marketing e repaginados para o consumo em massa, o catolicismo carismático e o neopentecostalismo Iurdiano, para citar dois exemplos de sucesso, passaram a se sustentar como a solução para o *mal-estar* da modernidade.

A IURD foi uma das que mais se destacou nesse crescimento ao aliar sua competente leitura de mundo e de público potencial, ao enfrentamento das religiões concorrentes e a divulgação de sua ideologia com o mínimo de distorções possíveis.

Exatamente por isso que a IURD, mais que outras igrejas neopentecostais, investiu na chamada “tecnologia comunicacional” para que pudesse dar conta de conhecer e atrair seu público-alvo em toda sua diversidade e heterogeneidade.

A sustentação dessa estratégia precisou inicialmente ser constituída por um nicho muito especial da sociedade. Era preciso fidelizar sujeitos que enfrentassem com obstinação e paixão as resistências e ataques das instituições religiosas ou políticas contrárias. Evidentemente, a aposta recaiu sobre a camada mais oprimida e, portanto, mais pobre e com menos escolaridade, que estava distanciada do catolicismo hegemônico, mas tinha em seu imaginário traços ideológicos dos valores fundamentais do cristianismo, evidentemente branco e europeu.

Com o tempo e com a necessidade de ampliar mercado para avançar em seu impacto sobre a sociedade, a classe média também passou a ser alvo do marketing neopentecostal. Por isso que, embora os sermões nos ritos, os jornais e panfletos ainda fossem valiosos era preciso ampliar essa base de sustentação incluindo o rádio, a televisão e, mais recentemente, a internet.

Feita a fidelização, a IURD passou a investir no chamado *endomarketing*, que, em poucas palavras, pode ser entendido como um marketing interno especializado. Isso se traduz no cuidado com toda dinâmica interna da instituição, o que significa uma ética e uma estética não só ideologicamente favoráveis, mas instituídas exclusivamente para esse fim.

Não por acaso, o leitor pode estar se recordando das tecnologias contemporâneas de gestão e de maximização da *performance*. Dos pastores, passando aos obreiros até atingir os fiéis, o endomarketing objetiva manter e aprimorar a fidelização. Era preciso, portanto se identificar com a ideologia Iurdiana.

Mais do que *vestir a camisa* da IURD, essa técnica quer atingir um grau de identificação máximo possível do iurdiano com sua igreja - o que, no final da década passada, alguns teóricos das escolas japonesas de administração denominavam *fator kaizen*, ou, em outras palavras, conscientização e comprometimento.

É nessa retórica recalcante que a vanguarda neopentecostal, especialmente a IURD, tem elaborado e executado seu projeto político. De acordo com as metas, as mídias ou o público-alvo, se escolhe o modelo a seguir. Isso é possível porque seus fundadores transitaram por diferentes instituições religiosas e foram mapeando as rotas mais interessantes pelo imaginário brasileiro.

A seleção e ordem das matérias de um telejornal, os projetos sociais, o sermão emocionado de um pastor ou os panfletos distribuídos em praças, embora completamente distintos, cumprem uma ampla e articulada estratégia persuasiva, objetivando atingir em diferentes direções as metas políticas estabelecidas.

Apesar da diferença de signos e de público-alvo há uma ideologia comum que atravessa essa tecnologia persuasiva e se adapta de acordo com seu público. Pois, repetindo a consagrada “receita” dos grandes tiranos, um inimigo comum deveria ser eleito. Esse inimigo comum seria capaz de unir os diferentes públicos contra as religiões afro-brasileiras, brasileiras ou espíritas, com um destaque especial a Umbanda. Nessa linha, há uma importante leitura:

O ponto central da estratégia da Igreja Universal é combater frontalmente a Umbanda. Nem mesmo as outras denominações do Pentecostalismo, como a Assembleia de Deus e a Igreja da Graça, privilegiam tanto a Comunicação contra os umbandistas. Se a estratégia da Iurd pudesse ser resumida em uma frase, seria o mencionado “posicionamento contra a Umbanda”. [...] O que a Universal faz é manter essas mesmas características da Umbanda na doutrina e na prática. Porém, faz um juízo de valor entre o trabalho “bom” (feito pela própria Iurd) do “mal” (feito nos terreiros). A Comunicação da Iurd, portanto, apresenta um discurso de aceitação da existência deste mundo mágico, típico da Matriz Religiosa Brasileira. Com isso, não se opõe às crenças da maioria da população do País, como havia feito o protestantismo tradicional. [...] Portanto,

o inimigo frontal de Macedo é a Umbanda. Toda a Igreja foi estruturada para esta “guerra santa”.⁷

Um dos recursos de apoio mais eficazes é o que se consagrou intitular como “demonização”, que se apropria de signos que carreguem conteúdos afetivos, cognitivos ou políticos aversivos ou temidos e os colam ao que se quer destituir. Feita a associação, esses signos compartilham a angústia, esvaziando a incorporação original desse universo.

Reiteramos ainda neste trabalho a tese de que o clímax de uma aculturação ou da imposição de um sagrado hegemônico sobre outro é a intolerância. É nesse processo que a opressão se faz mais além da repressão. É por meio do recalque e pelo impedimento da ética e da estética de determinadas subjetivações que se impede a representação simbólica.

Quando não há um símbolo em que marcar sua história, também não há como apropriar-se de seu significado e, conseqüentemente, não há identificação com a própria cultura. É sem sua cultura que o sujeito define e a palavra se cala. Ao longo do último século, a história ocidental mostrou que, por maior e mais bélico que fosse o poderio de um povo invasor, estrangeiro ou não, os povos oprimidos ou subjugados resistiram quando sua cultura sobreviveu.

Toda opressão impede a crítica capaz de transformar e viciar a circulação da palavra aos lugares que não permitem dar conta do conflito e da contradição. Com o retorno da religião às grandes mídias patrocinado pelos fracassos capitalistas e pelos grupos moralistas, criou-se a atmosfera ideal para ir além da captação e fidelização de seguidores, mas, por meio disso, foi possível viabilizar um imaginário sustentável aos interesses das igrejas neopentecostais e do Estado capitalista.

É por meio desse processo que se mantêm os símbolos que apresentam o cristianismo neopentecostal como o veículo estratégico de enfrentamento das angústias e do mal-estar da contemporaneidade. O desgaste da mídia religiosa na segunda metade do século XX foi, aos poucos, solucionado pelas religiões hegemônicas. A novidade maior foi trazida, inicialmente, pela IURD, que foi colocar a tecnologia comunicacional segmentada e a acumulação patrimonial como bases de sua expansão.

Investindo intensivamente nos sinais e nos signos mais temidos no imaginário social hegemônico, instituiu-se a intolerância ao diferente - que passa a ser temido e perseguido. Tal simbologia, assim como a peste, é trazida pelo estrangeiro. Ou,

⁷ E. REFKALEFSKY. Comunicação e Posicionamento da Igreja Universal do Reino de Deus: um estudo de caso do Marketing Religioso. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, p. 3-5.

dito de outro modo, quando não é possível colar uma estrela no uniforme, se aponta uma pomba ou um ponto riscado como simulacro do mal.

É nessa condição que se constitui ou se institui a base ideológica, axiológica e, principalmente, psicológica da maioria dos fundamentalismos atuais, ou, segundo José M. Bairráo:

As manifestações de intolerância são confissões de impotência perante o cunho evanescente e diáfano das epifanias e são tentativas frustradas de se fixar numa determinada forma de representação desabitada do divino, já esvaziada de presença. Esse raciocínio geral, teologias à parte, é útil para situar os vários fundamentalismos, irmanados numa raiva e descontrole contra a realidade sutil e dinâmica do sagrado, que lhes escorrega pelas mãos.⁸

Nessa dinâmica, em que o sagrado vai desaparecendo, inclusive economicamente, que se aprimorou e especificou a demonização militante, passando a incluir também as subjetivações culturais ou folclóricas que não se enquadravam nos códigos morais, religiosos ou normativos da sociedade “Iurdiana”. As ações culturais de vanguarda, sobretudo as emancipadoras e centradas nas subjetividades oprimidas, passavam a ser consideradas malditas e depreciadas das mais diferentes maneiras.

É nessa direção que o recalque se estabelece por meio do constrangimento simbólico do sagrado do outro e da ideologização das formas particulares de subjetivação. Apesar de estarmos em um estado de direito e da sociedade intitular-se tolerante e democrática, não é raro perceber o constrangimento ou a vergonha que muitos umbandistas têm de assumir sua crença e de “bater a cabeça” para seus orixás, conformando-se com gestos discretos e “adaptações” de sua cosmologia e de seus ritos.

Colocando esse universo como encarnação do grande mal a ser combatido com força e fé, cria-se a atmosfera ideal para que a repetição contamine os significantes e justifique toda intolerância instituída a partir daí. Ao colar o demônio na Umbanda por meio da quimbanda, deposita-se nessa religião todo mal-estar que a IURD não consegue dar conta. É nesse ponto que as raras alianças com outras igrejas ou instituições rivais foram estrategicamente interessantes.

Embora muitos estudiosos revelem pesquisas que demonstrem o crescimento da Umbanda na sociedade brasileira, esse crescimento tem oscilado em termos quantitativos e ainda carecem de força política em muitos grandes centros urbanos.

⁸ J. BAIRRÃO, *Tolerância e Intolerância Religiosa numa Perspectiva Psicológica*, In: I. MANOEL; S. ANDRADE, *Tolerância e Intolerância nas Manifestações Religiosas*, pp. 159-160.

Há exceções em grandes cidades como Curitiba, Porto Alegre e São Paulo, pra citar três exemplos de significativos avanços no combate à intolerância e na liberdade da religiosidade, mas, mesmo nestas cidades, uma busca nas ocorrências policiais registradas apontará insistentes episódios de intolerância e preconceito.

O estado de direito e a criminalização dessas ações não têm sido suficientes para garantir a liberdade de fé, ora pela impotência, ora pelas alianças da IURD e de outras igrejas com o Estado ou com seus aparelhos ideológicos ou de seguranças. A invasão de um terreiro em Jaraguá do Sul (SC) pela PM catarinense é só um dos inúmeros exemplos.

Considerações finais

A “teologia da prosperidade” solidificou uma ética capitalista dentro do sagrado, consagrando uma aliança estratégica entre a fé e o capital. O *boom* neopentecostal foi possível por diversos fatores, sobretudo por uma agressiva política de captação de fiéis descontentes com as igrejas tradicionais e num continente inflacionado pelas contradições econômicas e sociais do neoliberalismo e da impotência de sua cultura com os desejos e os dramas humanos. Em uma sociedade do espetáculo, marcada por uma ética hedonista e consumista o risco de um *aventureiro arrematar a coroa* sempre foi questão de tempo...

A IURD foi fruto de pastores experientes e de tentativas anteriores de construir uma hegemonia no neopentecostalismo nacional e se edificou sempre muito atenta aos problemas enfrentados pela corrente majoritária do catolicismo conservador e pelo protestantismo clássico, e fez do marketing – interno e externo - sua ferramenta estabilizadora e, posteriormente expansionista, tendo como foco inicial sua intolerância à Umbanda e, ao mesmo tempo, se candidatando descaradamente a ser a solução divina para as impotências neoliberais frente ao mal-estar do sujeito. Ambicionava a IURD ser o veículo institucional que bancaria a negação da falta e incompletude do sujeito e, ao mesmo tempo seria a quem traria a recompensa ao sujeito.

Olhando mais de perto, as ações de marketing da IURD têm sido marcadas pelo desmonte do patrimônio imaterial e cosmológico umbandista e pela afirmação de sua ética messiânica. Anexadas a essa tendência, as eficientes políticas de arrecadação e investimentos têm proporcionado o capital necessário a essa política. E, como o capital gera capital, os negócios da fé são expandidos e vão cada vez mais se especializando.

O exemplo mais evidente disso é o lugar de desonra que foi destinado à quimbanda, ou a esquerda da Umbanda. Uma das missões do marketing é sustentar a difamação de Omulu ou a distorção do significado dos Exus e Pombas Giras.

A tecnologia de um marketing recalcante objetiva inicialmente interditar o simbólico a ser combatido, objetivando, com isso, destituir o imaginário e oprimir a produção de subjetividades. Atuando nessas duas frentes, é capaz de crescer seu bolo enquanto destitui aquele que ousa seguir uma receita diferente.

Como se debateu nos diversos fóruns em que esta questão foi apresentada, o marketing Iurdiano vai mais além de uma interferência nas crenças e nos ritos umbandistas, pois sua ação se institui por meio do recalque radical do simbólico e do imaginário, objetivando o desmonte de sua identidade por meio da interdição do sagrado. Esse processo visa o desmonte de dois dos pilares fundamentais de uma cultura.

Referências

- ALMEIDA, R. *A Igreja Universal e seus Demônios*. Terceiro Nome: São Paulo, 2009.
- BAIRRÃO, J. Tolerância e Intolerância Religiosa numa Perspectiva Psicológica. In: MANOEL, I. e ANDRADE, S. *Tolerância e Intolerância nas Manifestações Religiosas*. UNESP: Franca, 2010, pp. 159-160.
- BIRMAN, J. *Mal-estar na Atualidade: A psicanálise e as novas formas de subjetivação*. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 2003.
- _____. *Arquivos do mal-estar e da resistência*. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 2006.
- OLIVEIRA, S.N. *O lugar do sofrimento na Umbanda e a cultura do hedonismo na contemporaneidade: Reflexões Psicanalíticas*. In: Anais da 40ª. Semana de História e do II Encontro Regional do GT de História das Religiões e das Religiosidades. UEPG: Ponta Grossa 2011, p. 1367-1384.
- _____. *Psicanálise e Intolerância Religiosa: A retórica da Demonização da Umbanda ou de quando se acha feio o que não é espelho. GT Espetáculo, mídia, mercado e marketing religioso - XIII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de História das Religiões e das Religiosidades, UFMA: São Luiz, 2012, no prelo.*
- REFKALEFSKY, Eduardo. *Comunicação e Posicionamento da Igreja Universal do Reino de Deus: um estudo de caso do Marketing Religioso*. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, UNB: Brasília, 2006.
- SEIXAS, R. *Ouro de Tolo*, Krig-Há Bandolo, (LP). Philips: Rio de Janeiro, 1973.

Recebido: 16/10/2012

Aprovado: 01/12/2012