



ariús

Revista de Ciências Humanas e Artes

ISSN 0103-9253 versão impressa – ISSN 2236-7101 versão online

O PARADIGMA DA SEMELHANÇA, ORTODOXIA E HETERODOXIA NOS ATUAIS MODELOS DE CATOLICISMO BRASILEIRO

PARADIGM OF SIMILARITY, ORTODOXY AND HETERODOXY IN RECENT MODELS OF BRAZILIAN CATHOLICISM

Anderson Severino de Oliveira Tavares

Lemuel Dourado Guerra

Universidade Federal de Campina Grande

Resumo

O campo religioso católico brasileiro vem passando por diversas transformações desde que essa religião foi trazida pelos portugueses. Ao adentrar no Brasil, a religião católica experimentou adequações à dinâmica interna do país, criando-se faces diferentes daquela recebida originalmente pelos colonizadores, de modo que os estudiosos dessa religião não falam mais de catolicismo no singular, mas em catolicismos no plural. Na própria Igreja Católica encontram-se diversos modos de ser que correspondem ao período em que esta ocupava uma posição de monopólio inquestionável até aqueles observados nos dias atuais, em que se encontra numa competição aberta com outras instituições religiosas pela preferência dos indivíduos. Diante disso, apresentamos neste artigo como foi instaurado o modelo do catolicismo no Brasil para posteriormente atingir o nosso objetivo que é demonstrar como a Igreja Católica vem adotando, em termos de sua apresentação no mercado religioso nacional, uma embalagem diferenciada, compondo um conjunto de produtos que se assemelham aos das igrejas pentecostais tradicionais e das neopentecostais. A partir dos pressupostos

analíticos de Berger (1985) e Guerra (2000; 2003) sobre o mercado religioso e o Paradigma da Semelhança, fizemos um estudo comparativo em sites de Paróquias e igrejas neopentecostais da cidade de Campina Grande – PB e constatamos a assemelhação de produtos religiosos oferecidos por ambas, destacando aqui os elementos que reconfiguram o modelo de religiosidade católica no campo religioso analisado.

Palavras-chave: Mercado Religioso. Paradigma da Semelhança. Modelos de religiosidade. Igreja Católica.

Abstract

The Brazilian Catholic religious field has undergone several transformations since this religion was brought by the Portuguese colonizers. When entering Brazil, the Catholic religion suffered adjustments to the internal dynamics of the Country, creating different faces of that originally model received by the colonizers, so that scholars of Catholicism no longer speak in the singular, but on plural Catholicisms. In the Catholic Church itself there are different ways of being catholic, corresponding to the period in which it occupied a position of unquestionable monopoly, in certain ways different to those observed today, which the Catholic Church operates in an open religious market, with high level of competition among religious institutions for the preference of individuals. Thus, in this article shows how the model of Catholicism was introduced in Brazil to further achieve the goal to demonstrate how the Catholic Church has adopted, in terms of its presentation in the national religious market, a differentiated packaging by composing a set of products that resemble those offered by traditional Pentecostal and neo-Pentecostals Churches. From the analytical assumptions of Berger (1985) and Guerra (2000, 2003) on the religious market and the Paradigm of Similarity, a comparative study of Catholic Parishes sites and Neopentecostal Churches sites of Campina Grande - PB was carried out and the result was a trend to similaraty in religious products offered by both, here highlighting the elements that reconfigure the model of Catholic religiosity in the religious field analyzed.

Keywords: Religious Market. Similarity Paradigm. Models of religiosity. Catholic Church.

Introdução

Do período Brasil-colônia até os dias atuais a Igreja Católica vem atravessando constantes transformações, tanto no que se refere à religiosidade especificamente considerada como no que se refere a sua interface com outras esferas da vida social, a exemplo da política. Em relação ao campo da política, nos

anos anteriores a 1960, temos uma Igreja aliada ao governo e às elites dominantes; em termos de modelo de religiosidade no sentido mais estrito, até esse período se evidencia um catolicismo com ênfase na religiosidade tradicional, romanizada, destacando-se as variações relativas à versão rural (catolicismo *popular* ou *dos leigos*) e urbana (catolicismo oficial). A primeira se destaca pela sacralização das imagens (ênfase nos santos), a segunda pelo conteúdo litúrgico e sacramental (CAMARGO, 1971; GUERRA, 2000).

A partir do golpe militar, e no âmbito de um crescente processo de secularização do Estado, essa instituição religiosa experimenta um gradual declínio de sua importância no espaço político/estatal e de sua influência na sociedade, ao mesmo tempo em que se transforma em um espaço que se afirma publicamente como capaz de atender a setores dos movimentos populares enquanto lugar de expressão da contestação ao governo militar e da defesa da democracia e dos direitos humanos, passando a atuar de modo significativo como porta-voz de setores de *esquerda* da sociedade civil (MAIWARING, 1989). Durante esse período surge com força significativa no catolicismo o enfoque litúrgico da Teologia da Libertação, expresso na figura das *Comunidades Eclesiais de Base* (CEBs) que se multiplicaram até o final dos anos 80, destacando-se por sua *opção pelos pobres* e pela religiosidade intelectualizada e politicamente engajada (GUERRA, 2003).

Em meados da década de 90, por um lado, por causa das transformações ligadas à redemocratização e à perda da força da demanda por uma Igreja Católica engajada à *esquerda*; e, por outro, pela emergência dos modelos neopentecostais de religiosidade no cenário do mercado religioso brasileiro, a Teologia da Libertação, discutida, ensinada e exercitada das CEBs entra em franco declínio surgindo um modelo novo de ser igreja, que estava presente desde a década de 70, mas que ganhou destaque apenas naquele momento, oferecendo uma proposta de religiosidade com ênfase no misticismo tradicional e na volta a uma espiritualidade na qual se destacavam os aspectos ritualísticos da tradição e outros que se

assemelhavam ao oferecido nas igrejas pentecostais tradicionais e nas neopentecostais recentemente criadas.

Esse modelo, o da Renovação Carismática Católica, incorporou práticas semelhantes ao dos pentecostais e neopentecostais, tais como os *grupos de oração e louvor*, que se caracterizam pelas *orações em línguas espirituais* (glossolalia) e de *cura*, os retiros espirituais para jovens, além da ênfase nos *dons do Espírito Santo* (GUERRA, 2003; CHEASNUT, 2003). Atualmente, o que vem se configurando no campo religioso católico brasileiro é a introdução de elementos outrora associados a modelos evangélicos em geral, que vão desde os instrumentos e estilos musicais até as práticas e discursos religiosos, bem como de elementos anteriormente definidos como da *esfera secular*, ou seja, vem se intensificando a assemelhação com elementos e práticas de sucesso em termos de capacidade de atratividade de segmentos do mercado religioso, de outros movimentos religiosos, como também da esfera extra-religiosa.

A partir dessas considerações, o que apresentamos neste artigo é uma interpretação que aponta para o *Paradigma da Semelhança*, através de uma comparação entre bens/produtos religiosos do atual subcampo católico brasileiro com um conjunto de bens produzidos por igrejas pentecostais tradicionais e pelas neopentecostais, a partir da análise comparativa dos conteúdos de *sites* publicados por essas instituições na *internet*. Nosso *corpus* empírico se constituiu, portanto de sites disponibilizados na *web* por um conjunto de Paróquias da Diocese de Campina Grande - PB e por um conjunto de igrejas neopentecostais.

O que será enfatizado nesse texto é a teoria de que no mundo contemporâneo as instituições religiosas se assemelham para competir num mercado análogo ao mercado secular, ao mesmo tempo em que são resguardados núcleos de sinais diacríticos - o que Berger (1985) chama de *diferenciação marginal* - para não se tornarem totalmente intercambiáveis entre si, se distinguirem em aspectos da mensagem religiosa disponibilizada. Mais especificamente, apresentamos como a

Igreja Católica vem produzindo produtos que se assemelham aos das igrejas neopentecostais, ao mesmo tempo em que investem em certas diferenciações marginais. Essa tendência à padronização dos produtos é apresentada por Berger (1985) em sua análise do mercado religioso dos Estados Unidos e por Guerra (2000; 2003), em seu estudo do mercado religioso brasileiro, ambos demonstrando que as instituições religiosas, ao concorrer pelos mesmos segmentos de mercado, procuram imitar os aspectos dos produtos de sucesso ao mesmo tempo em que procuram uma diferenciação marginal capaz de *proteger* as suas identidades religiosas.

O plano do texto se constitui da seguinte forma: iniciamos apresentando o *modelo do mercado religioso*, em suas formulações originais e derivativas; posteriormente, trazemos o conceito de *doxa* proposto por Bourdieu, para que assim sejam demarcadas a *ortodoxia* e a *heterodoxia* católica no cenário religioso brasileiro, em sua interface com as dinâmicas ligadas às transformações ligadas às reconfigurações do mercado religioso brasileiro ao longo do tempo. Finalmente, apresentamos a análise comparativa enunciada e os dados que fundamentam nosso reconhecimento das estratégias de assemelhação previstas no *Paradigma da Semelhança* (GUERRA, 2000) no caso particular aqui examinado, tomando como *corpus* empírico uma amostra de *sites* produzidos e veiculados na *web* por paróquias católicas e por igrejas neopentecostais de Campina Grande - PB.

O Paradigma do Mercado Religioso

O modelo de análise denominando de Paradigma do Mercado Religioso foi fundado por Berger (1985), na medida em que este observou que o processo de secularização, o qual ele via como apontando para a diminuição relativa da importância da esfera religiosa na sociedade, associado à intensificação da *situação pluralista* que daí se derivou, produziu um crescente individualismo religioso – aqui definido enquanto o exercício de opções entre modelos de religiosidade

gradualmente mais livre do poder determinador da cultura e da tradição – o qual, por sua vez se relacionaria a uma crescente desinstitucionalização e privatização do sagrado. Nesse momento de sua análise, Berger (1985) enxergava um conjunto de processos que enfraqueceriam as estruturas de plausibilidade da religião, submetendo-a cada vez mais à competição com outros sistemas de legitimação e significação do mundo, oferecidos aos indivíduos sob uma lógica operativa analógica à do mercado secular.

Segundo Berger (1985), esse processo de secularização afetaria a sociedade no sentido de que diminuiria o poder simbólico de determinação que a religião exercia anteriormente em diversas áreas da vida social, operando anteriormente como elemento simbólico definidor central. Esse autor também aponta para a secularização em termos subjetivos, referindo-se à secularização da consciência, ou seja, o reconhecimento de que cada vez mais conjuntos de indivíduos passavam a encaram o mundo a partir de outros sistemas simbólicos, diminuindo o reconhecimento da plausibilidade ou mesmo recusando as explicações religiosas.

Na nova situação da religião nas sociedades contemporâneas, descritas por esse autor como *de mercado*, as religiões não teriam mais o mesmo poder anteriormente exercido na imposição de sistemas simbólicos decodificadores do mundo e de condutas de vida neles fundamentadas aos indivíduos. Na nova *situação de mercado*, pelo contrario, os atores sociais estariam crescentemente livres para optar entre as inúmeras religiões – na medida em que os monopólios oficiais em muitos países foram questionados e suspensos – podendo, inclusive, “preferir” ou “abandonar” uma determinada religião, ou mesmo assumir e praticar a *não religiosidade*.

Quando viviam em situações de monopólios, as instituições operavam com um nível alto de controle da população de fiéis. Com o fim do monopólio, as instituições religiosas precisam se organizar para disputar uma clientela que é alvo da competição entre diferentes instituições, inclusive não religiosas. Assim, a

intensificação da competição no mercado religioso, segundo Berger (1985), aumenta a pressão crescente das instituições religiosas buscarem resultados, - como é encontrado em outras esferas da sociedade - que provocam mudanças nas relações internas à esfera religiosa, nas operações cotidianas que passam a ser dominadas pela lógica burocrática; e externas, nas interações burocráticas entre as instituições religiosas e destas com outras instituições seculares.

Rodney Stark, Laurence Iannaccone e Roger Finke, autores que se associam quase sempre ao desenvolvimento de estudos na religião baseados nas teorias da *Escolha Racional*, produzindo análises da “economia religiosa” (CIPRIANI, 2007, p. 263-270), se contrapuseram a parte do modelo teórico de Berger (1985). Stark e Iannaccone (1994), questionando a perda da importância da religião associada por Berger aos processos de secularização, propuseram uma interpretação do declínio da religião nas sociedades, o que causaria os baixos níveis de frequência dos indivíduos nas igrejas da Europa, por exemplo, a *baixa* demanda por religião nessas sociedades altamente secularizadas, como o reflexo da ineficiência das firmas religiosas¹, em mercados regulamentados, nos quais continuava a estrutura predominante de monopólio religioso. Para eles, o caso dos Estados Unidos e outros países, nos quais o mercado foi gradualmente se abrindo permite que se deixe para trás uma teoria do declínio da religião, passando-se a pensar como a desregulamentação da oferta – representada pelo fim dos monopólios estatais de certas instituições religiosas – pode produzir, como eles afirmam em relação ao cenário dos Estados Unidos o fenômeno contrário – o do crescimento do nível de religiosidade, na medida em que os atores teriam mais possibilidades de ter suas necessidades religiosas atendidas, por um número maior de instituições dispostas a se adaptar e oferecer mensagens e modelos de religiosidade capazes de contemplar o que os indivíduos procuravam nessa área (Cf. STARK; FINKE & IANACCONNE, 1994; STARK & IANACCONNE, 1995;

¹Os autores definem firmas como empresas sociais cujo objetivo principal é criar, manter e fornecer religião aos indivíduos.

STARK, 2004). Esses autores abandonam a ênfase no lado da demanda, que se encontra no trabalho de Berger (1985), direcionando-se para a ênfase no lado da oferta.

Assim, o que caracteriza a distinção entre o *velho* e o *novo* Paradigma do Mercado Religioso (PMR) permeia as discussões sobre o pluralismo religioso e suas consequências em várias sociedades. Em Berger (1985), a concorrência entre as instituições religiosas, decorrente da secularização², acarretaria um enfraquecimento das estruturas de plausibilidades da religião em geral, pelo fato de que a pertença a uma religião não ser mais estabelecida obrigatoriamente, como acontecia nas situações de monopólio, mas através do exercício de comparações e da busca do atendimento das preferências individuais. O que se observa em Stark, Finke e Iannaccone (1994) é que ao invés de prejudicar a religião, a situação de pluralismo é vista como potencialmente geradora de níveis mais elevados de participação religiosa do que nas situações de monopólios religiosos, isto é, enquanto o Estado coercitivamente regula uma economia religiosa uma firma estabelece-se como monopólio; quando uma economia é desregulamentada estabelecem-se as condições para o pluralismo, o que proporciona a especialização das firmas para atender segmentos específicos de mercado.

Operando em situações de monopólio as instituições religiosas não conseguem satisfazer toda a clientela porque ela tem gostos diversificados. De acordo com os autores do *novo* PMR, nenhuma religião contemplaria os desejos de todo o público, o que gera insatisfações com o produto. Já com a situação de pluralismo, as firmas irão se especializar para atender "fatias" de mercado, satisfazendo os gostos de consumidores potenciais, que até então não eram atendidos na situação anterior de mercado monopolista. Dessa maneira, esses autores defendem que na situação de *mercado religioso desregulamentado*

² Salientando que Berger (2012) voltou atrás ao tratar da teoria da secularização, pois o cenário que seguiu após a Segunda Guerra Mundial não foi de declínio da religião, mas de uma efervescência de movimentos religiosos.

potencialmente as práticas religiosas tenderão a crescer, pelo fato das instituições em conjunto – e em competição – abrangerem os gostos de um maior número de fiéis, mesmo que eles consumam produtos diferentes, o que indicaria o pluralismo como um fator de potencial elevação da participação dos sujeitos nas atividades religiosas.

Para os autores do *novo* PMR, a situação de pluralismo estava presente, de modo latente, até mesmo nas sociedades monopolizadas, na medida em que religiões menos visíveis ali presentes eram expressas como *religiosidades subterrâneas*. Os gostos e demandas religiosas diversificados sempre estiveram presentes nas sociedades, mesmo nas tradicionais, porém a regulação e repressão do Estado não os deixava vir à tona, pois as firmas não monopolistas eram muitas vezes combatidas, o que as faziam operar clandestinamente, e os indivíduos que a elas se afiliavam eram acusados de *desviantes*, de *hereges*, sendo muitas vezes objetos de punições. Quando o Estado vai saindo de cena religiosa, vai se intensificando a competição entre as instituições, – as que eram clandestinas passam a concorrer com a que desfrutava do monopólio e com as que vão surgindo legitimamente no território – produzindo-se um cenário em que os indivíduos começam a adquirir mais liberdade religiosa, escolhendo (quando não escolhe, a irreligiosidade) o *produto* de sua preferência.

Essa descrição do *modus operandis* da esfera da religião no pluralismo foi feita por Stark (2004) e outros autores que indicam para a potencialização da adesão à religião nas sociedades pluralísticas, o que seria inclusive determinado pelo aumento do empenho das instituições religiosas na busca de fiéis, utilizando estratégias de *marketing* mais complexas, o que produziria crescentes investimentos por parte das instituições religiosas em mídias de vários tipos, bem como na produção de novos produtos/atividades capazes de atrair os vários segmentos de fiéis do mercado religioso.

Na situação de mercado definida por Berger, divergindo dos autores do *novo* PMR, emerge como uma força determinante das mensagens e modelos de religiosidade, da moldagem dos conteúdos a demanda dos consumidores atuais e potenciais de religião. Como o consumidor pode escolher (quando não escolhe a irreligiosidade) dentre inúmeros sistemas religiosos que estão a sua disposição, as instituições religiosas precisam colocar no mercado produtos que sejam capazes de atrair os consumidores, tendo que levar cada vez mais em conta, se quiser manter ou expandir seu espaço no mercado, os desejos dos consumidores de religião.

Berger (1985), ao frisar que a religião era quase imposta pela tradição e agora é posta no mercado compreende que a religiosidade ainda exerce força sobre parcelas variáveis das populações dos diversos países, tendo a religião a tarefa de agradar seus velhos fregueses e de ao mesmo tempo se transformar para atender os desejos de outros consumidores potenciais, disputados por outros sistemas simbólicos. Essa tentativa de manter os fiéis conquistados e conquistar fiéis modelando os produtos religiosos indica, sobretudo, o controle do consumidor sobre os bens religiosos oferecidos no mercado.

Além das demandas dos consumidores atuais e potenciais, também a força dos processos de secularização determina em que direção os produtos religiosos serão modelados. Além desses fatores outro a ser considerado é o fenômeno da privatização das experiências religiosas, que corresponderia à hipertrofia da subjetividade nas sociedades contemporâneas (*Cf.* SIMMEL, 2005[1903]) e também molda a maneira como os bens religiosos são oferecidos ao consumo. Assim, "a religião pode ser comercializada mais facilmente se se puder mostrar que ela é mais "relevante" para a vida privada, do que se se enfatizar que ela tem aplicações específica às grandes instituições públicas" (BERGER, 1985, p. 158).

Conjugam-se esses fatores a outros dois efeitos do controle do consumidor, os quais queremos destacar nesse estudo, os quais se relacionam com o que se observa em termos de padronização/assemelhação dos bens simbólicos no mercado

religioso brasileiro e de diferenciação marginal. Segundo Berger (*idem*), as instituições religiosas, ao se prepararem para a competição para atender as necessidades de uma mesma clientela, tenderão a padronizar seus produtos religiosos, ao mesmo tempo em que mantêm *núcleos duros* dos seus produtos, os quais seriam mais refratários às exigências da demanda religiosa que as instituições querem atender.

Para Berger (1985), a padronização dos produtos religiosos pode favorecer a tendência ao ecumenismo pelo fato de algumas instituições oferecerem produtos tão semelhantes, que não são facilmente distinguidos, a ponto de promover sua cartelização. Paradoxalmente simultaneamente ao processo de padronização/assemelhação, observa-se a necessidade da diferenciação mínima para permitir que o consumidor distinga entre os produtos no mercado e seu consumo não se torne perfeitamente intercambiável. Devido a essa necessidade de diferenciação em meio à de assemelhação, as instituições religiosas criam novas “embalagens” ou resgatam elementos de suas *heranças* confessionais, que garantam a preservação das identidades religiosas, o que se manifesta no *denominacionalismo*, que tem o objetivo de demarcar fronteiras e criar certas barreiras ao livre intercâmbio/trânsito religioso. É a diferenciação marginal o aspecto que pode definir certos grupos de fiéis ao se defrontarem com outros.

A partir desses modelos delinear-se-iam estudos com ênfase no lado da oferta e da demanda ou conjugando as abordagens. No Brasil, muito já se falou em mercado religioso pela conjuntura que se apresenta desde a década de 70, em que a Igreja Católica diminuiu e vem diminuindo gradualmente em número de fiéis, tendo crescentemente abalada sua posição de monopólio. Assim, diversos estudos foram feitos na área de Sociologia da Religião utilizando uma terminologia mercadológica, enfatizando um dos lados, conjugando os dois, problematizando a questão da secularização e do pluralismo com o mercado religioso, além dos avanços teórico-metodológicos acerca dessas abordagens.

Colocando-se no conjunto dos que enfatizam simultaneamente o lado da oferta e o da demanda, como um contínuo a ser sempre considerado na interpretação das dinâmicas na esfera da religião, Guerra (2003) defende a hipótese de que a variável "demanda do consumidor" está relacionada aos níveis de concentração do mercado religioso, consideradas suas escalas e abrangências. Assim, quanto menor a concorrências entre instituições religiosas num mercado aberto maior a probabilidade destas se darem ao luxo de não serem determinadas pelas necessidades dos consumidores de religião. Já de modo inverso, quanto maior a concorrência entre diferentes instituições religiosas, maior será a pressão para a moldagem dos bens religiosos oferecidos para garantir o atendimento das demandas dos consumidores de religião.

Outro ponto destacado por esse autor, importante para esse estudo, é que as instituições religiosas ao concorrer pelos mesmos consumidores-alvos, procuram imitar os aspectos dos produtos de sucesso no mercado, o que instala o padrão da assemelhação entre os produtos religiosos destinados ao mesmo público, resguardada sua preocupação com a garantia de uma certa diferenciação marginal capaz de garantir que se mantenha a especificidade de sua identidade religiosa e de evitar a intercambialidade entres as diferentes instituições religiosas.

A tendência à padronização, para Berger (1985), é o efeito do controle do consumidor sobre os conteúdos religiosos. Na perspectiva de Guerra (2003), ele não só vê como efeito do controle do consumidor como conjuga isto com o aumento da competição entre as várias organizações religiosas pelo mesmo consumidor-alvo, o que se relaciona com o crescimento das pressões por resultados.

O conceito de *doxa*, formulado por Bourdieu, e a possibilidade de sua aplicação na análise do fenômeno religioso em termos de *ortodoxia*

Para Bourdieu (1996), as sociedades se apresentam como espaços sociais que conjugam *campos* de forças, os quais estão marcados por lutas entre agentes, podendo estes constituir classes ou frações de classes, que se enfrentam com base na posição que ocupam em determinado campo, para manter ou transformar sua estrutura, de modo a conseguir mais poder, prestígio, distinção. Dessa forma, Bourdieu (1989) expõe que essas diferentes frações de classes estão envolvidas numa luta propriamente simbólica (na vida cotidiana ou por meio da produção simbólica de especialistas) para imporem visões de mundo conforme os seus interesses. Diante disso, existem agentes com determinados capitais (econômicos, culturais, simbólicos ou outros) propícios para garantir a dominação do campo, em que suas tomadas de posições são estratégias de reprodução para reforçar dentro e fora de sua classe a crença na legitimidade da dominação, de modo que as tomadas de posições transfigura o campo das posições sociais.

Assim, a *doxa* é a crença que a(s) classe(s)/grupo(s) dominante(s) impõe(m) como visão de mundo legítima, a qual garante a dominação no campo. Dessa forma, conforme Bourdieu (1989), os discursos produzidos a(s) classe(s)/grupo(s) dominante(s) têm a pretensão de impor a incorporação da visão e ordem estabelecidas como naturais, o que o autor identifica como ortodoxia. Segundo este mesmo autor, os sistemas simbólicos se diferenciam na medida em que são produzidos e apropriados pelo(s) grupo(s) que têm neles interesses, ou quando são produzidos por especialistas. Quando produzidos por este último, juntamente com um campo de circulação e produção autônomo, há o aparecimento de uma luta entre a ortodoxia e a heterodoxia. Isto significa que o discurso heterodoxo tem como pretensão demonstrar a arbitrariedade da *doxa*, a qual até então é reconhecida pelos agentes que estão envolvidos em um determinado campo, de modo a extinguir suas

evidências e estabelecer uma nova *doxa*. Dessa forma, percebemos que a *doxa* não é um ponto de vista universal, é um ponto de vista de classe(s)/grupo(s) dominante(s), o qual quer ser reconhecido como universal ou pelo menos hegemônico.

De acordo com Bourdieu (1996), a *doxa* é afirmada na medida em que as estruturas cognitivas incorporadas estão em concordância com as estruturas objetivas (a ordem objetiva e os princípios subjetivos), proporcionando uma ordem simbólica reconhecida legitimamente. Sendo assim, a *doxa* afirmada constitui-se de crenças que os sujeitos dominados aceitam sem conhecer, o que não significa que toleram tudo o que é imposto, mas que sentem, muito mais do que sabem (BOURDIEU & EAGLETON, 1999). Nas palavras de Bourdieu:

Dito isto, não se pode esquecer que essa crença política primordial, essa *doxa*, é uma ortodoxia, uma visão correta, dominante, que só se impôs ao cabo de lutas contra visões concorrentes; isto é, a experiência primária do senso comum, é uma relação politicamente construída, como as categorias de percepção que a tornam possível. O que se apresenta hoje como evidência, aquém da consciência e da escolha, foi, com frequência, alvo de lutas e só se instituiu ao fim de enfrentamentos entre dominantes e dominados. (BOURDIEU, 1996, p.119).

Uma autora que vem explorando esse conceito de *doxa*, como elaborado por Bourdieu é Deer (2008). Conforme ela, esse conceito na obra de Bourdieu tem uma série de significados relacionados e vários tipos de compreensões, mas, de uma maneira geral, *doxa* refere-se ao desconhecimento de formas de vida arbitrárias, o qual produz o reconhecimento não formulado, não discursivo, mas internalizado e prático dessa mesma arbitrariedade social. Isto que contribui para a reprodução de instituições sociais, afetando as mentes, os corpos e criando expectativas e comportamentos.

Segundo esta autora, *doxa* é usado pela primeira vez por Bourdieu em sua descrição e explicação da prática "natural" nas sociedades tradicionais, assim esse termo refere-se ao conhecimento pré-reflexivo, intuitivo, moldado pela experiência, herdado inconscientemente através de predisposições físicas e relacionais. Já nas sociedades modernas, Deer (2008) afirma que o termo também se refere ao pré-reflexivo compartilhado, mas as percepções e opiniões inquestionáveis são mediadas pelos campos, já que eles determinam as práticas como "naturais" e estas são internalizadas pelos *habitués* dos agentes. Como se pode perceber pelo trecho de Bourdieu acima citado, e conforme essa autora acrescenta, a *doxa* nas sociedades modernas adquire a noção de poder simbólico, isto porque os diferentes tipos de capitais acumulados se transformam em capital simbólico o qual facilita a manutenção da ordem social, já que ela é legitimada e sua arbitrariedade naturalizada.

A romanização como estratégia de restauração da *ortodoxia* católica romanizada e a emergência da *situação de mercado*

Ao observar a história do catolicismo brasileiro no período do Brasil-colônia logo se percebe como ela é cheia de "irregularidades" no sentido de que escapa da roupagem oficial da Igreja trazida pelos portugueses. Conforme Azevedo (2002), a religião católica que foi trazida pelos europeus, entrando em contato com a dinâmica interior do país, principalmente em áreas agrícolas, transformou-se tradicionalmente numa religião de santos, de devoções, de promessas, de orações recitadas e cantadas (destacando a recitação do terço) e romarias, isto é, não tanto de sacramentos. Esse catolicismo *santorial*, o qual conservava os santos em capelas e oratórios domésticos, não atribuía papel primário à Igreja Matriz, esta que oferecia os sacramentos do batismo e do matrimônio, mas que mantinha pouca função de integração social.

Além do contato do catolicismo com as culturas locais em áreas com peculiaridades específicas, um fator importante para explicar como surge esse *catolicismo de santos* em detrimento de uma religiosidade sacral e litúrgica da Igreja oficial, é a escassez de clero no Brasil colonial. Azevedo (2002) defende que com essa escassez os fiéis não tinham tanta oportunidade de participar de missas, pois os sacerdotes tinham que se locomover, quando aceitavam, por longas estradas para realizar a *santa missa*, o que o custava muito tempo e dinheiro. Sendo assim, havia um isolamento dos vigários nas paróquias rurais e poucos contatos uns com outros e destes com os bispos.

Foi esse catolicismo popular, conforme Teixeira (2005), que sofreu o embate violento da chamada "romanização" na tentativa de instaurar no Brasil um catolicismo universalista para se adequar às diretrizes de Roma e efetuar mais controle sobre os leigos. Na medida em que foi expandindo o processo de urbanização do Brasil juntamente com a proclamação da república, foi se expandindo esse catolicismo romanizado que, de acordo com Azzi (2008), tratava-se de uma vivência da fé adequada para a sociedade burguesa em formação. Esse mesmo autor afirma que essa concepção da crença apontava para um conhecimento das *verdades da fé*, mas isso através da cultura letrada, que dava acesso ao texto do catecismo, o qual funcionava como eixo norteador da formação católica. Assim, esse catolicismo tinha como ênfase a doutrina católica, tanto na vida ascética quanto na prática sacramental.

Conforme Teixeira (2005), mesmo com o grande impacto da romanização que ocasionou a incorporação de alguns traços desta na população brasileira, alguns aspectos do catolicismo rural como o culto aos santos e a crença nos milagres sobreviveram. De fato, Teixeira (2005) pode estar correto ao afirmar que isso mostra o aspecto dinâmico e criativo desse catolicismo que se refaz continuamente. Contudo, se deve compreender que a igreja estava aliada ao governo e às elites dominantes, com uma proposta religiosa adequada para a sociedade burguesa,

favorecendo assim as camadas letradas da sociedade. Deve-se destacar que ainda houve um esforço por parte da igreja para alfabetizar os fiéis, mas a insuficiência de clérigos, como afirmou Azevedo (2002), ainda era marcante nessa época. Dessa forma, um meio que a igreja encontrou de marcar presença nessa camada da sociedade era através de políticas de assistencialismo.

A *ortodoxia*³ instaurada nas sociedades rurais enfatizava o culto propriamente doméstico aos santos, que se manifestava em práticas estabelecidas como "naturais", como é o caso das novenas, procissões e romarias. Além disso, a ordem social estava estabelecida sobre uma base de visões mágicas, manifestada nas práticas das *promessas aos santos*, que incluíam o oferecimento de objetos materiais ou de sacrifícios aos santos que atendiam as preces dos fiéis, as quais enfatizavam objetivos tais como obter a proteção pessoal e das lavouras; bem como os castigos que sofriam as imagens dos santos, quando eles não atendiam as preces dos devotos. Com o processo de romanização, a Igreja Católica procurou instituir a ortodoxia tradicional e inculcar o *habitus* religioso oficial entre os católicos. Essa *ortodoxia* tinha mais afinidades eletivas com as áreas urbanas e setores letrados da sociedade, os quais incorporaram nas suas práticas as doutrinas católicas e os sacramentos, o que era possível pela concentração de padres nos templos das cidades, nos quais tinham como principais atividades a celebração da missa, a pregação da doutrina e o *perdão dos pecados*, por meio da confissão individual.

Com a proclamação da República, houve a abertura para a entrada de outras religiões no país, o que permitiu a instalação de igrejas evangélicas, que se multiplicaram por todo o território nacional. Em termos de reconfiguração do campo religioso isso significou a convivência da ortodoxia católica com heterodoxias das igrejas evangélicas. Uma parte dessas igrejas evangélicas, principalmente as pentecostais, atuava em setores pobres da população, ao contrário da Igreja Católica

³Doxa como conhecimento pré-reflexivo das sociedades tradicionais, o qual seria moldado mais pela experiência do que pela reflexão intelectual.

que estava mais presente em setores urbanos e letrados, atuando nas camadas pobres através de programas de assistencialismo.

É a partir desse cenário que Guerra (2003) vai demonstrar o gradual abalo na posição de hegemonia da Igreja Católica, o *crescendo* da competição entre religiões e das religiões com a esfera não religiosa, aliados à diminuição da força coercitiva da tradição sobre as escolhas religiosas dos indivíduos, elementos que marcam uma situação em que se oferecem outras mercadorias simbólicas/modelos de religiosidade que competem de modo intenso pelas preferências dos indivíduos, configurando uma *situação de mercado*.

Além de Guerra (2003), Carreiro também (2008) mostra que a Igreja Católica vem enfrentando, em termos do campo religioso nacional, uma crescente e livre competição com outras religiões e com a não religião, perdendo o semimonopólio historicamente desfrutado com a abertura para a entrada de outras religiões a partir da constituição de um Estado laico, salientando que já existiam algumas religiões *clandestinas*, e de uma forte cultura do consumo, configurando um pluralismo religioso e com isso um alto grau de competitividade, principalmente no que se refere aos evangélicos neopentecostais que vêm aumentando significativamente em números de fiéis no mercado religioso brasileiro.

Uma conjuntura marcada pelo crescimento das igrejas evangélicas, acrescentando-se o golpe militar na década de 60, em que a Igreja Católica perdeu espaço político, prepararam o terreno para que ela se constituísse, atendendo à demanda de movimentos sociais, como um espaço privilegiado de oposição e contestação do governo militar, são elementos que, segundo Guerra (2003), já eram esboços da reação católica à crescente perda de influência em termos macro-sociais e de fiéis das camadas populares, que eram facilmente cooptado pela mensagem dos pentecostais. A adoção do modelo progressista de catolicismo – significando esse termo a *esquerdização* do discurso religioso católico observado no final dos anos sessenta do século passado, durando até o final da década de 80 – pode ser

interpretada como uma chance da igreja atuar em setores sociais pobres da população e entre intelectuais, concorrendo com os modelos de religiosidade que atingiam os desfavorecidos com seus apelos em termos de *religiosidades de salvação* (Cf. WEBER, 1985). Usando o modelo das Comunidades Eclesiais de Bases (CEBs), essa *nova* Igreja Católica tinha como inspiração o enfoque da Teologia da Libertação, o que teve como efeito a produção de uma religiosidade intelectualizada e politicamente engajada. Dessa forma, o modelo progressista surgiu como visão de mundo concorrente (heterodoxia) em relação à ortodoxia instaurada anteriormente e com as heterodoxias das instituições evangélicas⁴. Os elementos que caracterizam a experiência dos sujeitos nesse modelo são as reuniões em grupo no intuito de promover círculos bíblicos, reflexões e ações sociais. Outra característica marcante foi a tentativa de superar a hierarquia eclesiástica, instaurando um modelo participativo e democrático (AZZI, 2008).

Essa visão de mundo rendeu visibilidade e legitimidade à proposta católica apenas durante as décadas de 60 e 70 do século passado, demonstrando sua fragilidade em termos de estratégia de concorrência na medida em que não atendia as demandas dos fiéis que, buscavam, sobretudo, o misticismo, a espiritualidade e soluções para os problemas práticos individuais como o desemprego, as doenças e as complicações familiares, problemas que estavam sendo atendidos nas igrejas evangélicas.

O declínio e a fraqueza do modelo das CEBs favoreceram a emergência de um novo modelo de ser igreja, o denominado de Renovação Carismática Católica. Conforme Guerra (2003), esse modelo, de grande sucesso no mercado desde a década de 90 do século passado, tem uma proposta de religiosidade marcada pela volta ao misticismo e a uma espiritualidade que destaca os aspectos ritualísticos.

⁴ Nesse momento a *doxa* é mediada pelo campo, isto é, através de lutas entre agentes ou frações de classes (ortodoxia e heterodoxia) que procuram estabelecer uma visão de mundo e determinar algumas práticas como "naturais" que serão incorporadas pelo *habitus* dos agentes.

A tendência à assemelhação no atual cenário religioso

Através de uma pesquisa com o intuito de testar empiricamente o *Paradigma da Semelhança*, em que o objeto empírico foi um conjunto de Paróquias e comunidades vinculadas à Diocese de Campina Grande - PB, comparado com um conjunto de igrejas neopentecostais da mesma cidade⁵, foi analisado em que medida se confirma a hipótese da assemelhação dos bens religiosos oferecidos pelas instituições católicas com os oferecidos pelos neopentecostais (Cf. GUERRA, 2000; 2003). As Paróquias definidas para o referido estudo foram as seguintes: Paróquia Nossa Senhora das Graças; Paróquia Sagrado Coração de Jesus; Paróquia Nossa Senhora do Rosário e a Paróquia Nossa Senhora da Conceição (Catedral Diocesana). Foi selecionado um grupo de igrejas neopentecostais, segmento considerado como principal concorrente do catolicismo no Brasil, sendo representadas neste estudo pelo conjunto de igrejas *Verbo da Vida*; a Igreja *Bola de Neve Church*; e a Igrejas Universal do Reino de Deus (IURD).

Para coleta dos dados foram considerados retrospectivamente, de outubro de 2012 a setembro de 2013, os conteúdos de *sites* da internet colocados no ar pelas instituições listadas acima, abrangendo *blogs* e perfis no *facebook*, observando o que as igrejas e seus movimentos internos oferecem, e a partir disso comparar para “dentro” (produtos religiosos oferecidos pelas igrejas) e *para fora* delas⁶. O ambiente virtual foi escolhido devido o fato de que atualmente a vida social está significativamente moldada pelos meios de comunicações/midiatização do ciberespaço. Sobre isso Miklos (2013) afirma que a experiência religiosa não passou incólume à emergência da *internet*; observando-se inclusive uma crescente

⁵ Estudo qualitativo em que as amostras (não probabilísticas) foram constituídas pelo acesso (conveniência) e pela representatividade nos subcampos do catolicismo e do neopentecostalismo. Foram levadas em consideração as condições de acessar os sujeitos participantes das paróquias na segunda fase desta pesquisa.

⁶ A descrição detalhada desses eventos semelhantes encontrados em *sites* pode ser encontrada em Tavares e Guerra (2003).

importância das experiências religiosas no espaço da *web*, no qual se encontram *velas virtuais, terços virtuais, peregrinação virtuais*, entre outros elementos.

Sbardelotto (2012) também contribuiu com estudos sobre a apropriação da internet pelas diversas instituições religiosas, destacando as experiências com velas, terços e até capelas virtuais. Esse autor afirma que existe uma diferença entre religião *na* internet e religião *pela* internet, sendo a primeira uma referência ao uso da internet como espaço de divulgações de informações sobre determinada religião; e, a segunda referida à participação propriamente dita do fiel em práticas religiosa em âmbito virtual. Essa diferenciação também se encontra nos estudos de Eduardo Meinberg de Albuquerque Maranhão Filho (2013), que usa a expressão *religiões no ciberespaço* e *religiões do ciberespaço*. De forma semelhante ao autor acima citado ele afirma que “no primeiro caso o “ciber” é espaço eficaz de divulgação, no segundo é a condição primária da experiência religiosa” (FILHO, 2013, p. 16).

Nos *sites* das instituições católicas e neopentecostais analisados encontramos entrevistas (testemunhos), fotos, mensagens, publicidade de eventos, artigos religiosos, lançamentos de livros e notícias sobre as instituições. Como são esses conteúdos que marcam os *sites*, as presenças dessas instituições no ambiente virtual correspondem ao que Miklos (2013) chama *religiões no ciberespaço*. Algumas dessas instituições, tanto católicas como neopentecostais, divulgam liturgias ou mensagens diárias, mas nada que concretize a experiência dos fiéis na internet, exceto a Igreja Bola de Neve Churth, que tem os cultos da *Rádio Bola* transmitidos ao vivo na sua *Home Page* e o curso de líderes realizado virtualmente pelo *site* oficial da igreja, o que Sbardelotto (2012) chama de *religião pela internet*.

Foram constatadas algumas semelhanças entre atividades/produtos oferecidos pelos dois grupos de *sites* institucionais *analisados*, a exemplo do *Encontro de Casais com Cristo* (ECC) e o *Encontro de Jovens com Cristo* (EJC), além de grupos teatrais como o *Arte e Vida*, na Igreja Verbo da Vida, o *Evangelizarte* e o *Cristo Jovem*, nas Paróquias; e grupos de orações como o *Sentinelas de Cristo*, na

Paróquia Sagrado Coração de Jesus e o *Jovens Mais de Deus*, na Igreja Verbo da Vida. Além desses movimentos, produtos religiosos semelhantes foram constatados, sendo eles comentados a partir de um panorama geral desses produtos religiosos assemelhados apresentados no quadro comparativo a seguir:

Quadro 1 - Comparativo entre produtos/atividades oferecidos pelas instituições católicas e evangélicas

Instituições Católicas	Instituições Evangélicas
Eventos	
Retiro	Acampamento
Curso para Líderes/Formação de Lideranças	Curso de Líderes
Semana Missionária	Jovens para as Nações
Jovem Exemplo de Cristo (JOVEX)/Momento da Juventude	Super Sábado/Abastecer-se
Semana Nacional da Família	Associação de Casais
Natal Solidário	Natal Solidário
Vigília com Sentinelas de Cristo	Vigília JMD
Noite do Hot Dog	Hot Dog's Night
Show Beneficente com a Banda Anjos de Resgate	Louvorção/Super Show Desperta o Dom/ Frequência X Jovem/Noite do Rock
Encontro dos Namorados	Pit-Stop do Amor
Formação Matrimonial	Curso de Noivos

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

No Quadro1 estão expostos diversos eventos semelhantes. Inicialmente destaca-se o *Retiro* no bloco das Paróquias, semelhante ao *Acampamento*, no bloco das igrejas neopentecostais, sendo ambas atividades destinadas ao público jovem, nas quais predominam a *oração*, o *louvor*, o *testemunho* e modelos de *pregação* bem assemelhados. Essas práticas eram anteriormente apenas associadas aos evangélicos (GUERRA, 2003).

Os eventos para capacitar líderes e missionários realizados nas instituições católicas também são semelhantes aos realizados nas instituições evangélicas. Nas Paróquias, percebe-se a preocupação em formar e capacitar lideranças (Curso para Líderes/Formação de Lideranças), direcionando-se a um público tanto de jovens

quanto de adultos, e incentivar e capacitar jovens missionários (Semana Missionária). Nas instituições evangélicas, o *Curso de Líderes* tem o mesmo objetivo; enquanto no *Jovens Para as Nações*, o objetivo declarado é o de incentivar os jovens ao *engajamento em missões*.

O *Jovem Exemplo de Cristo* (JOVEX) e o *Momento da Juventude* promovido pelas instituições católicas, foram colocados juntos no quadro acima por terem conteúdos semelhantes, voltados para o público jovem, assim como o *Super-Sábado* e o *Abastecer-se*, da Igreja Verbo da Vida. No JOVEX e no *Momento da Juventude* foram encontrados apresentações teatrais, palestras, orações, louvores e a *Cristoteca* (espécie de balada católica que junta mensagens religiosas em diversos estilos musicais e danças da esfera secular); esses eventos são semelhantes ao *Super-Sábado*, que juntamente com o *Abastecer-se* inclui orações, bandas religiosas com estilos musicais semelhantes aos da esfera secular, palestras e apresentações artísticas.

Foi encontrado, na *Semana Nacional da Família*, da Paróquia Nossa Senhora do Rosário, conteúdos semelhantes aos observados na *Associação de Casais*, da Igreja Verbo da Vida. A primeira se anuncia como destinada à reflexão e testemunhos de casais sobre o casamento e a segunda dedicada a palestras sobre *compromisso, apreço e comunicação no casamento*. Também foi encontrado o *Natal solidário*, na referida Paróquia, no qual há a doação de comida e de roupas a comunidades pobres; na igreja neopentecostal citada, também ocorre um movimento de doação de brinquedos a crianças pobres.

O grupo católico *Sentinelas de Cristo* e o grupo evangélico *Jovens Mais de Deus*, promovem eventos semelhantes, a exemplo da *vigília*. A do primeiro grupo começou com as orações, no que se assemelham com o que acontece na do grupo evangélico, seguidas pela *adoração ao santíssimo sacramento* – uma diferenciação marginal observada. A vigília do segundo grupo começou também com orações, só que incluindo o diferencial daquelas feitas em *línguas espirituais*, seguindo-se o

louvor. As vigílias de orações realizadas nas paróquias, assim como os retiros de carnaval, que se propõem como atividades para *evitar as impurezas da "festa da carne"*, são eventos que, segundo Guerra (2003), durante muito tempo foram associados aos evangélicos em geral, mas que agora são encontrados também no campo católico.

O quadro acima exhibe e coloca em comparação o evento *Noite do Hot Dog*, no bloco das Paróquias, o qual é semelhante ao *Hot Dog's Night*, no bloco das igrejas evangélicas. Esses eventos são caracterizados pela venda de cachorro quente e por apresentações musicais. Enquanto no evento do grupo evangélico tem uma banda gospel, no evento do grupo católico são as próprias bandas da esfera secular que participam do evento.

A Catedral Diocesana promoveu um *Show Beneficente* trazendo a banda de rock cristão *Anjos de Resgate*, o qual foi realizado num clube de festas do município. Nesse show observamos significativas semelhanças com os *shows* realizados pelas igrejas evangélicas, como o *Louvorzão*, o *Super Show Desperta o Dom*, a *Frequência X Jovem* e a *Noite do Rock*, os quais se caracterizam, assim como no show da banda *Anjos de Resgate*, pela veiculação musical de mensagens religiosas num estilo musical semelhante ao da esfera secular. O que se percebe com esse *Show Beneficente* juntamente com o JOVEX e o *Momento da Juventude* é que as Paróquias que promoviam eventos com bandas da esfera secular, passam a convidar bandas de música sacra, já que têm agora que competir com outras religiões, nas quais os shows das bandas evangélicas (que combina um estilo de música "mundana" com mensagens religiosas) são estratégia de sucesso já estabelecidas, confirmando o afirmado por Guerra (2000; 2003) e por Dolghie (2004).

Finalizando o quadro acima, percebe-se também uma forte preocupação de ambas as instituições religiosas com o relacionamento entre casais, namorados e noivos. Tratando-se da Igreja Verbo da Vida, dos *futuros namorados*, já que o *Pit-Stop do amor* abrange os que ainda estão sem parceiros/parceiras. Assim, há o

Encontro dos Namorados, da Paróquia Nossa Senhora das Graças, semelhante ao *Pit-Stop do amor*, da Igreja Verbo da Vida, com práticas semelhantes (oração, louvor, testemunhos e palestras) e a *Formação Matrimonial*, dessa Paróquia, semelhante ao *Curso de Noivos*, encontrado na igreja evangélica citada, sendo todos os eventos destinados a *instruir casais para a vida conjugal*.

Outros eventos com conteúdos semelhantes foram observados quando comparado a pauta de atividades da Paróquia Nossa Senhora das Graças e a da Igreja Bola de Neve, não estando no quadro acima por exibirem ordens diferentes. Os eventos da Paróquia se referiam à Pré-Jornada Mundial da Juventude - 2013, correspondendo à chegada da réplica dos ícones da Jornada Mundial da Juventude, que passaram por todas as Paróquias da Diocese de Campina Grande, cada Paróquia promovendo tanto eventos semelhantes como eventos particulares. O evento da Igreja Bola de Neve correspondente foi o "Celulão", reunião de um grande grupo de fiéis na chamada *célula*, subdivisões da comunidade nas quais são realizados estudos bíblicos. O que assemelhou esses eventos nos dois modelos de religiosidade foi a presença dos *Luaus*, também encontrados na festa do *Dia dos Pais*, da Paróquia Nossa Senhora das Graças, sendo que neste observamos bandas da esfera secular, diferente do observado nos outros dois, nos quais somente bandas religiosas tocaram. Dessa forma, encontra-se nas Paróquias elementos semelhantes aos de algumas organizações religiosas, mas também semelhantes aos da esfera secular, como os *Luaus*, as danças e os estilos musicais.

Como exposto inicialmente, um dos objetivos desse trabalho era demonstrar a tendência à assemelhação no atual campo religioso brasileiro, isto que foi realizado através da comparação entre os *sites* de um conjunto de igrejas católicas com um conjunto de igrejas neopentecostais. Dessa forma, o primeiro objetivo foi concluído. No entanto, esse estudo também tem como objetivo apresentar os sinais diacríticos que a instituição católica mantém.

Com o processo de urbanização e o acentuado pluralismo religioso, ou como diria Berger (2012), com a chegada da modernidade pluralizante, a *ortodoxia* do catolicismo rural não tinha mais função de orientar a vida e pautar o comportamento dos fiéis, já que, segundo Camargo (1971), o contexto social da cidade não serve de apoio como o das áreas rurais, e, no que se trata ao alinhamento com a *ortodoxia romanizada*, na qual são enfatizados os sacramentos. Como observou Camargo (1971), a primeira ortodoxia, a que nasceu nas condições do cenário do mundo rural, uma adaptação às condições institucionais da Igreja naquele momento passa a perder espaço para a ortodoxia romanizada dos sacramentos, também devido à modernização pluralizante e urbanizada. Esse reestabelecimento da ortodoxia tradicional romanizada pode ter relação com a perda de adeptos que a Igreja Católica vem experimentando, como mostra o censo do IBGE de 2010, em que os católicos representam 64,6% da população, quando já representaram, por exemplo, no censo de 1970, 91,8%. Isso corresponderia ao que Pierucci afirma sobre a tendência das religiões tradicionais perderem adeptos nas sociedades modernas, nos seguintes termos:

Nas sociedades pós-tradicionais, decaem as filiações tradicionais. Os indivíduos tendem, nessas formações sociais, a se desencaixar de seus antigos laços, por mais confortáveis que antes eles pudessem parecer. Desencadeia-se um processo de desfiliação, em que as pertencas sociais e culturais dos indivíduos, inclusive as religiões, tornam-se opcionais. (PIERUCCI, 2004, p.14)

No entanto, o que a Igreja Católica vem fazendo para reagir à perda de fiéis no cenário religioso brasileiro, de acordo com nossa análise dos conteúdos encontrados nos *sítes* produzidos pelas paróquias da amostra, é incorporar elementos “profanos” e elementos de outras religiões, como estratégias de concorrência com outras religiões e com a esfera secular. Através do mecanismo de

assemelhação, pretende atrair os segmentos almejados no espaço fora e dentro de outras religiões, ao mesmo tempo em que enfatiza as práticas tradicionais. Assim, há um reavivamento da *doxa* católica como o *culto a Maria*, a *recitação do terço* e os sacramentos, e isso não se observa apenas em nível de missas e eventos tradicionais, mas nos próprios eventos semelhantes encontrados, nos quais se busca resgatar os símbolos e as práticas desse catolicismo como, por exemplos, na vigília de adoração e oração dos *Sentinelas de Cristo*, que foi uma vigília diante do *Santíssimo Sacramento* e nas atividades da Pré-Jornada Mundial da Juventude, nas quais foram enfaticamente incluídas a recitação do terço, missas, o destaque do culto a Maria e a procissão para entregar as réplicas do ícone de Maria e da cruz. Assim, nesses eventos as práticas litúrgicas e sacrais novas, associadas ao que é oferecido por outros modelos de religiosidade e com sucesso, somam-se a recitações do terço, peregrinações, celebrações para Maria e os santos padroeiros, entre outros elementos. Salientando que os eventos *Semana Missionária*, *Momento da Juventude*, *Semana Nacional da Família*, *Vigília*, *Encontro dos Namorados* e *Formação Matrimonial*, também promoveram celebrações eucarísticas e/ou cultos a Maria.

Berger (1985) demonstra que as instituições ao padronizar os produtos procuram criar “embalagens” diferenciadas ou resgatar a “herança confessional”, que ocasiona uma definição dos fiéis com base nessa tradição, frente a outros grupos. Nessa nova situação de mercado observada na esfera religiosa contemporânea, essas Paróquias estão resgatando as práticas tradicionais, ao mesmo tempo em que assimilam práticas bem sucedidas na atração de jovens dos neopentecostais, criando diferenças que garantam o mínimo de especificidade em relação aos seus concorrentes. Pode-se assim dizer que a ortodoxia católica atual é estabelecida nos eventos semelhantes oferecidos, de modo a evitar a completa intercambialidade e assegurar a manutenção das fronteiras mínimas das identidades religiosas.

Nesse acentuado pluralismo religioso há cada vez mais ideias e princípios disponíveis, os quais apontam para que os sujeitos, como afirma Bauman (2005),

façam, refaçam, reconsiderem e comparem alternativas, em uma conjuntura em que tomamos consciência de que o pertencimento e as identidades não são necessariamente *para toda vida*, como o que parece estar ocorrendo com a crise da eficácia da transmissão familiar do catolicismo no Brasil. O que se tem observado no cenário religioso brasileiro é a intensificação do trânsito religioso, as afiliações religiosas ocorrendo pelas preferências religiosas e os indivíduos cada vez mais livres da força impositiva da transmissão cultural, por isso parece ser importante para a Igreja Católica enfatizar essas práticas para que os indivíduos mantenham sua identidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tendência à assemelhação entre as organizações religiosas entre si e entre essas e instituições não religiosas de sucesso, apontadas nos trabalhos de Berger (1985) e nos trabalhos de Guerra (2000; 2003) sobre o campo religioso brasileiro, foi confirmada nesse estudo, no qual se verificou os aspectos que vêm se assemelhando entre os produtos religiosos oferecidos por uma amostra de Paróquias e aqueles oferecidos por uma amostra de igrejas neopentecostais da cidade de Campina Grande.

Destacamos que não é apenas um movimento católico (RCC) que vem incorporando práticas de outras religiões e da esfera secular. Esse movimento vem falando em nome da igreja como um todo (SOUZA, 2001). É a própria instituição católica com seus grupos e movimentos internos, ou seja, com seu modelo de paróquia que está presente desde a Idade Média, que vem padronizando seus produtos com o de outras religiões e com a esfera não religiosa, e ao mesmo tempo enfatizando sua *ortodoxia*, isto através dos meios de comunicação e as mídias digitais como um todo.

As estatísticas mostram que a Igreja Católica foi a que, em termos proporcionais perdeu mais fiéis no atual mercado, mas o que se percebe com esse estudo qualitativo é que aquela instituição que Pierucci (2004) igualou à genética dos caranguejos, que só tende a andar para trás, está se adaptando à nova conjuntura do campo religioso, e pelo contrario dos irmãos neopentecostais que tem a tarefa de estabelecer novas embalagens do sagrado, forte o bastante para evitar o intercambio entre inúmeras denominações evangélicas, a Igreja Católica reavivou as práticas tradicionais, sua *ortodoxia romanizada*, para trabalhar o que pode também ser um trunfo em termos mercadológicos, o apelo à manutenção das identidades tradicionais de sua clientela, afirmando sua diferença marginal nas atividades assemelhadas frente a outros grupos. As práticas de assemelhação demonstram que a Igreja Católica está se adaptando à nova conjuntura do mercado religioso, pois se deve levar em consideração que a criação de necessidades e as ofertas para o seu atendimento são variáveis importante para garantir e expandir o espaço ocupado pela instituição na esfera brasileira das religiões.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, T. *O Catolicismo no Brasil: um campo para a pesquisa social*. Salvador: EDUFBA, 2002.
- AZZI, R. *A Igreja Católica na Formação da Sociedade Brasileira*. São Paulo: Santuário, 2008.
- BAUMAN, Z. *Identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BERGER, P. L. *O Dossel Sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. São Paulo: Paulinas, 1985.
- BERGER, P. L.; ZIJDERVELD, A. C. *Em Favor da Dúvida: como ter convicções sem se tornar um fanático*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- BOUDIEU, P. *O Poder Simbólico*. Difel: Lisboa, 1989.

- _____. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. São Paulo: Papyrus, 1996.
- BOURDIEU, P. & EAGLETON, T. *A Doxa e a Vida Cotidiana: uma entrevista*. In: ZIZEK, S. *Um Mapa da Ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1999, pp. 265-278.
- CAMARGO, C. P. F. *Igreja e Desenvolvimento*. São Paulo: Editora Brasileira de Ciências LTDA, 1971.
- CARREIRO, G. C. *Mercado Religioso Brasileiro: Do Monopólio à Livre Concorrência*. São Paulo: Nelpa, 2008.
- CHEASNUT, R. Andrew. *Competitive Spirits: Latin America's new Religious Economy*. Oxford: Oxford University Press, 2003.
- CIPRIANI, R. *Manual de Sociologia da Religião*. [Tradução de Ivo Storniolo]. São Paulo: Paulus, 2007.
- DEER, C. *Doxa*. In: GRENFELL, M. *Pierre Bourdieu: Key Concepts*. Durham. UK: ACUMEN, 2008. pp. 119-128.
- DOLGHIE, J. Z. A Igreja Renascer em Cristo e a Consolidação do Mercado de Música Gospel no Brasil: uma análise das estratégias de marketing. *Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião*, Porto Alegre, n° 6, p. 201-220. 2004.
- FILHO, E. M. A. M. *Religiões e Religiosidade no (do) Ciberespaço*. In: FILHO, E. M. A. M. *Religiões e Religiosidades no (do) Ciberespaço*. São Paulo: Fonte Editorial, 2013. pp. 11-28,1992.
- GUERRA, L. D. Paradigma da Semelhança: uma tentativa de interpretação da conjuntura recente do campo simbólico religioso no Brasil. *Ariús: Revista do Centro de Humanidades*, Campina Grande, n. 9/ 1999-2000/ pp. 65-74.
- _____. *Mercado Religioso no Brasil: Competição, Demanda e a Dinâmica da Esfera da Religião*. João Pessoa: Idéia, 2003.
- MAINWARING, Scott. *Igreja Católica e Política no Brasil*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989.

MIKLOS, Jorge. A Ciber-Religião: a midiatização do sagrado e a sacralização da mídia. *In: FILHO, E. M. A. M. Religiões e Religiosidades no (do) Ciberespaço*. São Paulo: Fonte Editorial, 2013. pp. 151-166.

PIERUCCI, A. F. Secularização e Declínio do Catolicismo. In: SOUZA, B. M.; MARTINO, L. M. S. *Sociologia da Religião e Mudança Social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil*. São Paulo: Paulus, 2004, pp. 13-21.

SBARDELOTTO, M. *E o Verbo se Fez Bit: a comunicação e a experiência religiosas na internet*. São Paulo: Santuário, 2012.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito. *Mana*, v. 11, n. 2. Rio de Janeiro, Out. 2005 [1903], pp. 557-591.

SOUZA, A. R. A Renovação Popularizadora Católica. *Revista de Estudos da Religião*. São Paulo. N° 4/ 2001/ p. 46-60. Disponível em <http://www.pucsp.br/rever/rv4_2001/p_souza.pdf> Acesso em 10 out. 2013.

_____. O Pluralismo Cristão Brasileiro. *Caminhos*. Goiânia. V 10/N° 1/2012/p. 129-141. Disponível em: <<http://seer.ucg.br/index.php/caminhos/article/viewFile/1953/1218>>. Acesso em 23 set. 2013.

STARK, R. Trazendo a Teoria de Volta. [Tradução de Rodrigo Inácio de Sá]. *Revista de Estudos da Religião – REVER*. n. 4. 2004, pp. 1-26. Disponível em: <http://www.pucsp.br/rever/rv4_2004/p_stark.pdf>. Acesso em: Jul. 2014.

STARK, R.; FINKE, R.; IANNACCONE, L. R. Pluralism and Piety: England and Wales, 1851. *Journal for the Scientific Study of Religion*. v. 34, n. 4., pp. 431-444, Dec., 1995.

STARK, R.; IANNACCONE, L. R. A Supply-Side Reinterpretation of the "Secularization" of Europe. *Journal for the Scientific Study of Religion*. v. 33, n. 3, pp. 230-252. Sep. 1994.

TAVARES, A. S. de O.; GUERRA, L. D. *A Tendência à Assemelhação Entre Modelos de Religiosidade: padronização dos bens religiosos da Igreja Católica com os das igrejas neopentecostais*. *Cadernos de Estudos Sociais*, Recife, v.28, n. 2, p. 159- 181, jul/dez,

2013. Disponível em: <<http://periodicos.fundaj.gov.br/index.php/CAD>>. Acesso em 11 ago/2014.

TEIXEIRA, F. *Faces do Catolicismo Brasileiro Contemporâneo*. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. *Catolicismo Plural*. Petrópolis: Vozes, p. 17-30. 2009.

WEBER, Max. *A psicologia social das religiões mundiais*. In: WEBER, Max. *Ensaios de sociologia*. Rio de Janeiro: LTC, 2008, pp.212-225.

SITES CONSULTADOS

BOLA DE NEVE. Disponível em:<<https://www.facebook.com/pages/Bola-de-Neve-Campina-Grande/391506680917811?fref=ts>>. Acesso de 30 de ago. a 30 set./2013.

FORÇA JOVEM CAMPINA GRANDE. Disponível em <<https://www.facebook.com/fjovemcg?fref=ts>> Acesso de 30 ago. a 30 de set./2013.

PARÓQUIA NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO. Disponível em: <<http://www.catedralcg.org.br>>. Acesso em 30 de ago. a 30 set./2013.

PARÓQUIA NOSSA SENHORA DAS GRAÇAS. Disponível em:< [http:// paroquiagracas.com />](http://paroquiagracas.com/). Acesso de 30 de ago. a 30 set./2013.

PARÓQUIA NOSSA SENHORA DO ROSÁRIO. Disponível em <[http://www.rosario.org.br/ portal/](http://www.rosario.org.br/portal/)> Acesso de 30 ago. a 30 set./2013.

PARÓQUIA SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS. Disponível em <<https://www.facebook.com/pscjcatole?fref=ts>>. Acesso de ago. a 30 set./2013.

PARÓQUIA SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS. *Sentinelas de Cristo*. Disponível em <<https://www.facebook.com/sentinelas.decristo?ref=ts&fref=ts>>. Acesso de 30 ago. a 30 set./ 2013.

PARÓQUIA SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS. *Pastoral Familiar*. Disponível em <<https://www.facebook.com/pages/Pastoral-Familiar-Par%C3%B3quia-Sagrado-Cora%C3%A7%C3%A3o-de-Jesus-Catol%C3%A9/148563868635651?fref=ts>>. Acesso de 30 ago. a 30 de set./2013.

PARÓQUIA SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS. *Pastoral da Juventude*. Disponível em <<http://pjcatole.wordpress.com/>>. Acesso de 30 ago. a 30 set./2013.

VERBO DA VIDA. Disponível em: <<http://verbodavida.org.br/>>. Acesso de 30 ago. a 30 de set./2013.

Autores

Anderson Severino de Oliveira Tavares

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: andersontavares.cs@gmail.com.

Lemuel Dourado Guerra

Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: lenksguerra@yahoo.com

Recebido em dezembro de 2013.

Aprovado em março de 2014.