



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DAS RELIGIÕES**

TEMPLO DE TRABALHO E FÉ: Estudo Sobre Mercado Informal e Ética Protestante no
Shopping Centro Terceirão em João Pessoa-Pb

GILVANDO ESTEVAM DA SILVA

João Pessoa-PB

2010

GILVANDO ESTEVAM DA SILVA

TEMPLO DE TRABALHO E FÉ:

Estudo Sobre Mercado Informal e Ética Protestante no Shopping Centro Terceirão em João
Pessoa-Pb

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências das Religiões da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências das Religiões, na linha de pesquisa Religião, Cultura e Produções Simbólicas, sob a orientação da professora Doutora Maristela Oliveira de Andrade.

João Pessoa-PB

2010

S586t Silva, Gilvando Estevam da.

Templo de trabalho e fé: estudo sobre mercado informal e ética protestante no Shopping Centro Terceirão em João Pessoa-PB / Gilvando Estevam da Silva.- João Pessoa, 2010.

119f. : il.

Orientadora: Maristela Oliveira de Andrade

Dissertação (Mestrado) – UFPB/CE

1. Religião. 2. Ética protestante. 3. Economia informal – Shopping Centro Terceirão – participação evangélica.

UFPB/BC

CDU: 2(043)

GILVANDO ESTEVAM DA SILVA

TEMPLO DE TRABALHO E FÉ
ESTUDO SOBRE MERCADO INFORMAL E ÉTICA PROTESTANTE NO SHOPPING
CENTRO TERCEIRÃO EM JOÃO PESSOA-PB

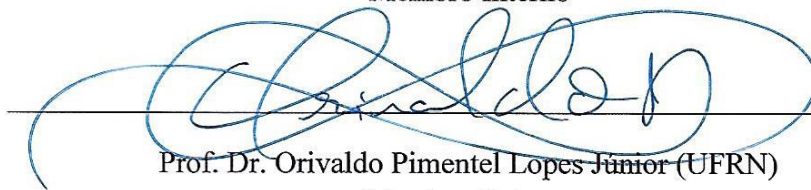
Dissertação apresentada à banca examinadora constituída pelos seguintes professores:



Prof^a. Dr^a Maristela Oliveira de Andrade (UFPB)
Orientador



Prof^a. Dr^a. Flávia Ferreira Pires (UFPB)
Membro Interno



Prof. Dr. Orivaldo Pimentel Lopes Junior (UFRN)
Membro Externo

João Pessoa-PB,

2010

Dedico esta dissertação a minha esposa **IONARA DANTAS ESTEVAM**, por seu cordial companheirismo, suporte e carinho ao longo de nossa convivência. Por sua infinita paciência, gentileza. Muito obrigado, por suportar a minha ausência nos momentos que minha presença se fazia necessário.

AGRADECIMENTOS

A minha orientadora **Prof^a Dr^a Maristela Oliveira de Andrade**, pelo constante aprendizado em nossos encontros acadêmicos, por ter me mostrado que esta pesquisa era viável, possível e empolgante. Seu comprometimento com a orientação, sua cumplicidade e a amizade construída, me fez acreditar na possibilidade de prosseguir. Muito obrigado.

A **Universidade Federal da Paraíba – UFPB** pelo estudo público, gratuito e de qualidade e ao **Programa de Pós Graduação em Ciências das Religiões – PPGCR**, nas pessoas dos Professores, Doutores **Neide Miele, Carlos André Cavalcanti, Marília Domingues, Fabrício Possebon**, coordenadores e ex-coordenadores do curso pela dedicação e, a oportunidade de ser desenvolvida esta pesquisa

Aos **Sujeitos** que permitiram entrar um pouco nas suas individualidades e que disponibilizaram seu tempo, seu conhecimento e suas percepções, colocando-se sempre de maneira gentil à minha disposição, para realizar as entrevistas.

As Professoras, Doutoradas **Edinalva Maciel e Eunice Simões**, que não mediram esforços para lerem o trabalho e, colocar a minha disposição, sugestões que foram fundamentais no desenvolvimento do estudo.

A nova geração dos **Estevam: Keila, Karinne, Gilvando, Rosário, João Victor, Maria Luiza, Jean, Bruno e Karoline**, pela constante presença em minha vida e me fazerem acreditar num amor incondicional.

A memória dos meus pais **Amaro Estevam e Maria Luiza**, pelo exemplo de vida.

Ao meu irmão **Ivando Estevam** e demais familiares pela paciência com minhas ausências e com minha necessidade de partilhar novos conhecimentos e buscar novos horizontes

Aos meus amigos de curso pelo companheirismo, estímulo constante, vivência e aprendizado recíproco e a toda turma T3 pelo comprometimento, amizade e ter me dado oportunidade de representá-los perante o colegiado.

E, finalmente aquela que me falou: “Gil, teu projeto é viável, vamos trabalhar, o programa está aqui para isso, tente primeiro a especialização”, foi aí que tudo começou, obrigado Professora, Doutora **Neide Miele**.

SUMÁRIO

Resumo

Abstract

Lista

INTRODUÇÃO	12
CAPITULO I O SISTEMA RELIGIOSO E O MUMINOSO	17
1.1 OS DESAFIOS DE UMA ÉTICA RELIGIOSA NUMA ECONOMIA INFORMAL.....	21
1.2 A TEORIA RELIGIOSA WEBERIANA REVISADA POR PIERRE BOURDIEU	24
1.3 O CARÁTER RELIGIOSO DO TRABALHO ...	28
1.4 A CARACTERIZAÇÃO DOS PROTESTANTES NO SHOPPING	34
CAPITULO 2 O CAPITALISMO E AS TENSÕES SOCIAIS CONTEMPORÂNEAS	41
2.1 UMA NOVA LÓGICA OU UM NOVO ESPIRITO DO CAPITALISMO?	44
2.2 UM NOVO ETHOS DE CONCEPÇÃO CAPITALISTA.....	47
2.3 OS PROTESTANTES E AS NOVAS ABORGAGENS SOBRE ECONOMIA E RELIGIÃO.....	50
2.3.1 O Processo de Secularização	51
2.3.2 Um Novo Movimento Protestante	53
2.3.3 Uma Nova Lógica para o Consumidor Evangélico	56
2.4 A ECONOMIA INFORMAL.....	59
CAPITULO 3 METODOLOGIA	66
3.1 O “TIPO IDEAL” E AS REGULAMENTAÇÕES SOCIAIS DO SHOPPING.....	66
3.2 O ESPAÇO MERCANTIL E AS NARRATIVAS DO EU	71

3.3	O SHOPPING CENTRO TERCEIRÃO	75
3.4	AS ENTREVISTAS	79
3.5	ECONOMIAS INFORMAL x SONEGAÇÃO FISCAL.....	83
3.5.1	O Mercado De Trabalho No Interior Do SCT	88
CAPÍTULO 4	TEMPLO DE TRABALHO E FÉ	92
4.1	O TEMPLO DE TRABALHO	93
4.1.1	O Grau de instrução.....	95
4.1.2	Rentabilidade.	96
4.2	O TRABALHO INFORMAL NO SHOPPING CENTRO TERCEIRÃO	99
4.2.1	A Busca Pela Economia Informal	99
4.3	UM TEMPLO DE FÉ	102
4.3.1	Mercado Simbólico & Linguagem Religiosa	104
4.3.2	Uma Nova Lógica na Cultura Evangélica no SCT	112
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	119

RESUMO

O Crescimento da informalidade na economia é um fenômeno inquietante que começa a provocar uma cisão social de consequências imprevisíveis, pela paulatina desmoralização do sistema de arrecadação tributária do Estado, que começa formalizar com um mínimo de normatização jurídica o desenvolvimento dessa economia paralela, com a construção de espaços destinados a esse mercado. O Shopping Centro Terceirão em João Pessoa-PB, é uma dessas construções, que chama atenção pela presença de algumas igrejas evangélicas participando ativamente dessas atividades mercantis e através de sua força simbólica, direciona os comerciantes adeptos de uma determinada vertente religiosa a usar uma linguagem peculiar que os identificam e aquecem as suas vendas. Para compreender a dimensão das representações e dos motivos dessas ações, bem como sua interação subjetiva com determinados signos, foram utilizados elementos semióticos para comparar com estudos Weberianos, levando em consideração a propagação do protestantismo local, aliado a esse espírito mercantil, que vem a dar um “*ethos particular*” a essa interação de uma concepção capitalista/informal, com uma ética religiosa/mercantilista. O Estudo teve como base uma pesquisa etnográfica, cujo objetivo geral foi analisar a partir da transdisciplinariedade: religião, moral e economia, o comportamento dessa tríade frente a uma ética religiosa de cunho Calvinista empregada por aquelas igrejas. Como instrumentos de coleta de dados foram utilizados a Observação Participante e Entrevistas Semi-Estruturadas. Os resultados apontaram que, a ética que vincula adoção de uma determinada doutrina com uma necessidade religiosa, é caracterizada pelo imperativo de racionalização dos sentimentos que rege as relações sociais e pessoais do grupo, bem como age como elemento legitimador dessas igrejas, portanto, na interação da dinâmica do mercado informal com os agentes religiosos existe uma relação dicotômica entre idéias e interesses do grupo.

Palavras-Chaves: Religião, Ética Protestante, Economia Informal e Shopping Centro Terceirão.

ABSTRACT

Growth in the informal economy is a troubling trend that is beginning to cause a split social consequence, the gradual demoralization of the tax collection system of the State, which formally begins with a minimum of legal norms the development of this economy, with construction space intended for that market. The Shopping Center Terceirão in João Pessoa-PB, is one of those buildings, which highlights the presence of some of these evangelical churches actively participating in business activities and through its symbolic power, direct marketers adherents of a particular sect to use a particular language that identify and heat sales. To understand the scale of representations and the reasons for those actions as well as their interaction with certain subjective signs, semiotic elements were used to compare with Weberian studies, taking into account the spread of Protestantism site, combined with the mercantile spirit, which comes to a "particular ethos" to the interaction of a capitalist conception / informal, with a religious ethics / mercantilist. The study was based on an ethnographic research whose overall objective was to analyze from the transdisciplinarity: religion, morality and economics, the behavior of this triad in the face of an ethical nature of Calvinist religious employed by those churches. As data collection instruments were used participant observation and semi-structured interviews. The results showed that the adoption of ethics that binds a particular religious doctrine with a need, is characterized by the imperative to rationalize the feelings that governs the social and personal relationships of the group and acts as a legitimate element of these churches, therefore, the interaction the dynamics of the informal market with religious agents there is a dichotomous relationship between ideas an interests of the group.

Key Words: Religion, Protestant Ethic, Informal Economy and Terceirão Shopping Centre.

L I S T A

QUADROS

Quadro 1 – Característica do fenômeno religioso	21
Quadro 2 – Os protestantes pentecostais e neopentecostais – características -	29
Quadro 3 – Características e destaques das filiações evangélicas	36
Quadro 4 - Demonstrativo das atividades observadas.....	79
Quadro 5 – As etapas da análise de dados	90
Quadro 6: Aspectos positivos e negativos de maior incidência nas falas dos sujeitos...	108
Quadro 7: elementos simbólicos e frases encontradas no SCT.....	106

FIGURAS

Figura 1 – Viaduto sobre o qual foi construído o Shopping.....	73
Figura 2 – Vista panorâmica do SCT	76
Figura 3 – Vista parcial do SCT	77
Figura 4 -Box no Interior do SCT com frase indicativa	103
Figura 5 – Vendedor exibindo uma bíblia aberta	105
Figura 6 - Frases de efeito da parede interior de um Box	107
Figura 7 – Box no Interior do SCT com frase indicativa	109

TABELAS

Tabela 1 – Regularidade dos Impostos	83
Tabela 2 – Motivos do não Pagamento	84
Tabela 3 – Trânsito das Mercadorias	85
Tabela 4 - condição laboral antes da informalidade	88
Tabela 5 - índice de rigidez no mercado de trabalho	89
Tabela 6 – Faixa etária dos comerciantes	94
Tabela 7– Escolaridade dos comerciantes do SCT	96
Tabela 8 – Rendimento médio dos agentes do SCT	97
Tabela 9 – Opção pelo mercado informal – motivos -	101

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Índice do percentual de pessoas sem carteira assinada	60
Gráfico 2 – Índice de carga tributária no Brasil	62
Gráfico 3 - Índice de rigidez do mercado de trabalho	64
Gráfico 4 – Produtos vendidos no SCT	78

INTRODUÇÃO

O ponto focal deste estudo procura investigar a partir da religião, da moral e da economia a transdisciplinariedade do compartimento dessa triologia frente a uma ética religiosa de cunho calvinista encontrada no Shopping Centro Terceirão na cidade de João Pessoa/PB e empregada por algumas igrejas evangélicas encontradas no local, participando daquelas atividades mercantis, através de uma peculiar linguagem simbólica, absorvidos pelos comerciantes que se diziam seguidores da doutrina.

Procuramos inicialmente saber como os comerciantes evangélicos do local absorviam e se comportavam frente a essa nova forma de capitalismo, de conotação micro econômica, pois as igrejas participantes se integravam a um comércio informal, resultante do desemprego e da forma desinteressada com que o estado trata de determinadas questões sociais, nesse aspecto, aquela fonte religiosa estava, substituindo de certa forma o órgão estatal, já que ofereciam soluções para as questões mais emergentes e de forma mais eficiente.

No decorrer do estudo percebe-se que os comerciantes que antes vendiam seus produtos na rua, passaram a ter um local específico para o seu comércio informal, dessa forma, o local foi construído para abrigá-los, contudo, no começo os clientes não apareciam para comprar os seus produtos, o que fez surgir os agentes religiosos para resolver os problemas referentes a espacialidade, a conscientização e a religiosidade, até então tão mistificada e diversificada. Optamos trabalhar com os evangélicos do local, já que estes vendiam mais do que os de outras denominações.

Considerando que o presente estudo, investiga comportamentos de aproximação entre as igrejas evangélicas e seus fiéis num shopping popular, parece oportuno apresentar as características da cultura mercantil de base religiosa encontrada ali e que motivou esta pesquisa. Apreendeu-se aprioristicamente, que alguns comerciantes obedeciam a determinadas condutas religiosas já que, para iniciarem a sua jornada de trabalho cumpriam um ritual *sui generis*; agrupava-se em círculo para fazer orações e pedir prosperidade nos seus negócios, sempre entoando hinos de louvor.

No interior do shopping havia uma tradição inventada através de um processo relacional entre as pessoas e um mundo subjetivo da religião, em que os comerciantes participantes do grupo apresentavam uma linguagem usual e própria e os consumidores compreendia e agia sobre os objetos que adquiriam e os recontextualizavam de acordo com o sentido pertinente ao seu universo de significados, marcado pela cultura evangélica. Os vendedores que se identificavam como evangélicos, apresentavam uma linguagem singular que os diferenciavam dos outros, fato este que induziu procurar conhecer àquelas representações

Por outro lado, constatou-se também que ali proliferava uma vasta gama de produtos que, fugindo a registros para não pagar impostos, deixavam de figurar nas estatísticas econômicas do Município, do Estado ou do País. Enfim, havia uma variedade de ocupações, onde o denominador mais comum era a invisibilidade, apesar de se encontrar num espaço bastante visível, na dinâmica das vendas ou nas relações entre compradores e vendedores (do sujeito com os objetos) utilizavam-se repetidamente expressões do tipo; “irmãos”, “*tá amarrado*”, “*a paz do senhor*”, “*o sangue de Cristo tem poder*”, “inimigo”, “ímpio”, “*toma posse da benção*” e outras do gênero, usadas para chamar atenção dos frequentadores e vender os seus produtos, como ápice de uma cadeia de comportamentos subsequentes, que culminavam sempre numa relação comercial.

Essa analogia em relação a linguagem identificava a identidade evangélica, através de uma forma relacional ou de um sentimento de pertença que precisava ser renovado a cada dia, a cada encontro, a cada venda, a cada confronto com aqueles que se diziam de uma religião diferente. Usamos elementos semióticos para compreender a dimensão daquelas representações e os motivos de suas ações, de sua interação subjetiva com determinados signos, para comparar com os estudos feitos a partir da obra de WEBER (1961) “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, para tanto levamos em consideração a propagação do protestantismo local aliada a um espírito mercantil de uma economia que consideramos subterrânea, dando a esta um “*ethos particular*”, ainda que dotado de uma concepção capitalista, já que é emanado de uma ética de caráter peculiar.

A economia informal no Shopping Centro Terceirão cria para si mesmo, através das igrejas evangélicas, os sujeitos econômicos de que necessita para se impor como uma força dominante de que induz os comerciantes ganharem a vida e se entregarem ao trabalho como

uma “vocação”, fazendo deste um fim em si mesmo, nesse aspecto, a gênese da pesquisa não está em causas exclusivamente materiais, mas, antes de tudo, em suas causas culturais e espirituais, já que percebemos que para os mercantes importa-lhes ser “visivelmente abençoado” por Deus, cumprir a lei, mesmo que esta esteja a margem de certos preceitos, aos olhos da ética. Os líderes religiosos procuravam lhes dar estímulos psicológicos, através da fé religiosa associada a um viver religioso, que dá o norte na condução de vida em cada um, bem como mantém o elemento ligado nela.

Weber (1991, p.13) trata o protestantismo como o

primeiro movimento religioso a adaptar-se e adaptar o capitalismo nascente, influenciando-o com sua ética particular, essa adaptação é referente ao escopo teológico criado para posicionar o fiel diante de alguns dilemas apontados pelo capitalismo, como por exemplo, a geração de lucros, a competitividade, a exploração do homem pelo homem, entre outros.

Nesse aspecto, percebemos que para cada questão levantada, as igrejas ali encontradas, tiveram de elaborar respostas a seus fiéis, de modo que eles pudessem se integrar a uma lógica capitalista, sem gerar grandes conflitos religiosos, nem provocar inquietações e dúvidas quanto à salvação e o papel de cada um nesse mundo, além de preencherem a sensação de esvaziamento de significados que a lógica capitalista pode proporcionar aa pessoas, para isso ofereciam ferramentas para que eles pudessem atuar no sistema sem constrangimento para o seu espírito.

Quando adentramos mais na pesquisa percebemos que as relações comerciais no Shopping Centro Terceirão, vão cada vez mais se aproximando de uma micro economia invisível, ou seja, uma economia subterrânea que se torna marginal em relação a economia capitalista. Assim sendo, tivemos que ampliar o objeto de estudo, já que necessitávamos de uma dimensão mais extensa nas observações empíricas, para poder medir a produção de bens e serviços realizados, cujos tributos tomam outro rumo, sem que seja aquele instituído pela legislação tributária vigente

Outro dado relevante a ser considerado, é a evasão constante de tributos relativos as contribuições previdenciárias, bem como a regulamentação do trabalho. O estudo apresenta, ainda, o shopping popular como o mais novo ‘fenômeno’ urbano das cidades brasileiras e que representam espaços criados para proporcionar a reprodução do capital de atividades

informais, trazendo uma melhor infraestrutura do que na rua e de trabalho mais condizentes com sua realidade, mesmo estando sujeitos as imprevisibilidades do tempo.

Desde os primórdios, as ruas consideradas núcleo de uma cidade, sempre exerceram uma forte centralidade para essas agências mercantis, no que se refere a produção e circulação de bens e de serviços, porém os novos modelos de comercio fez com que houvesse um deslocamento desse cerne para perímetros descentralizados. Por outro lado, esse tipo de construção em forma de centro popular de comercio representa um grande avanço nos diálogos travados entre representantes do setor formal, informal e representantes do poder público, nas três esferas de atuação, a sua criação vem a oferecer um lugar com melhores condições de trabalho, facilitando o cotidiano dos ambulantes que não precisam mais estar levando mercadoria todos os dias para casa.

Mesmo com essa dinâmica, as vendas caíram em relação ao que era vendido na rua e os comerciantes preocupados procuravam uma solução imediata. Diante da dificuldade, alguns comerciantes evangélicos resolveram levar o fato ao conhecimento do “pastor” de sua filiação religiosa, que por sua vez, resolveram incluir nas suas pregações o pedido de fraternidade dos “irmãos”. Foi sugerido aos “fieis” visitas ao shopping Terceirão, ao tempo em que incluíram nos aconselhamentos àqueles comerciantes, “oração” e “jejum”, como forma de um envolvimento maior na sua fé, dessa forma o “senhor” os ajudaria a ser prósperos nos seus negócios.

Para melhor contextualizar o presente estudo, dividiu-se o trabalho em quatro capítulos, que sinteticamente se aprestam com a seguinte estrutura. O capítulo um, aborda os pressupostos teórico-metodológicos relativos à religião, incluindo as formações sociais, o sistema religioso, o fenômeno religioso, o protestantismo e suas vertentes e linguagem religiosa, mostrando que cada grupo social só pode existir mediante as ações e reações dos indivíduos entre si, procurando explorar a dimensão do enigma, tomando como base a relação religião/economia/ética. Contextualizamos a relação entre a religião e as mudanças sociais, bem como os movimentos que inspirados na religião produziram grandes transformações sociais, como foi o caso do protestantismo.

O capítulo dois, faz uma abordagem relativa à economia, mostrando que há elementos capitalistas no “espírito protestante”: pragmatismo, simplicidade, visão do ganho pela

sobrevivência como benção divina, mostrando que nesse contexto, vai surgir um novo capitalismo, por conseguinte um novo espírito do capitalismo, o que no caso específico do shopping, oriundo de uma vertente evangélica que se apropria desse novo capitalismo, fazendo surgir novos movimentos protestantes diante de uma nova lógica na cultura evangélica.

O capítulo três, apresenta a metodologia utilizada no trabalho, buscando os pressupostos que pudessem encontrar os mais adequados modos de analisar os conteúdos emergidos das entrevistas, procuramos descrever as observações do local e como foi feito o plano geral de estudo, da análise ao tratamento dos dados. Enfim, apresentamos os princípios epistemológicos, destacando o tipo de estudo, o local onde foi realizada a pesquisa e as técnicas utilizadas.

O capítulo quatro, trata dos aspectos relativos ao que chamamos de “templo de trabalho”, pois pela quantidade de evangélicos do local, com suas práticas e rituais próprios, o que seria apenas um espaço comercial, passa a absorver elementos bem característicos dos templos religiosos, só que associado a um comércio informal, com característica de uma economia subterrânea e, as igrejas de filiação evangélicas dando suporte espiritual e fraterno às ações mercantis. Procurou-se analisar dados relativos, a economia informal existente no Shopping Centro Terceirão, que gera empregos e rendas e possui uma dinâmica própria resultante da força dos “evangélicos” que ali povoam.

CAPITULO 1

1. A ECONOMIA SOCIAL E O FENÔMENO RELIGIOSO

As religiões na contemporaneidade aparecem com certo alvedrio para se instituírem, com isso a afluência entre si é muito grande e sua expansão é motivo de muitas controvérsias, pois a cada dia elas surgem com as nomenclaturas das mais diversas: igrejas, seitas, centros, cultos, terreiros, ordens, comunidades, casas, redes, movimentos e outros, as quais discorrem criticamente uns em relação aos outros, aumentando com isso o trânsito religioso e a dificuldade de se definir uma nomenclatura que possa responder a pergunta: Qual é a sua religião?

Essa resposta só é respondida de forma eficaz se forem observadas as formas de como um sujeito planeja o sagrado, pois assim é visto a forma que ele vai ocupar no mundo, especificando o seu modo de encarar e hierarquizar as suas experiências, a partir das práticas e das vivências do seu dia-a-dia. Para definir sua religião o sujeito precisa levar em consideração que cada corporação cristã tem as suas próprias peculiaridades e em suas diferentes formas existe um elo entre a linguagem e o grupo social. Existem determinadas regras de conduta nas quais a religião é constituída, sendo este o seu caráter sistêmico, onde a sua autonomia sobrepõe às regras sociais.

O grupo social formado no Shopping Centro Terceirão, se mantém uniformizados pelo não pagamento dos impostos e pela venda de produtos pirateados, recebendo, neste sentido, uma influência volitiva das igrejas evangélicas encontradas no local, já que através das pregações de seus líderes, levam àqueles a se comportarem de forma socialmente aprovadas, sendo levados a se integrarem a determinados valores e padrões de comportamentos estabelecidos por esta, que exercem um controle formal dentro de um processo institucionalizado.

Os comerciantes exercem entre si um controle informal, que este se apresenta de forma espontânea, difusa e mutável, afastando o poder estatal do controle dos impostos devidos e reprovando a cobrança, excessiva dos tributos, segundo eles, recomendando ainda o seu não pagamento, nesse sentido, Clark e Gibbs (1982, p. 157) conceituam o controle social como uma “reação social a um comportamento que é definido socialmente como desviante,

seja porque exprime uma adaptação excessiva às normas, seja porque as viola”. Assim eles impõem regras e padrões de comportamentos para preservar a coesão social perante o comportamento do grupo.

Nesse aspecto, a economia social vai examinar as ações humanas efetivas, condicionadas pela “situação econômica” dos sujeitos em suas ações de não pagarem impostos e venderem produtos “pirateados” submetidos a uma ordem econômica, no que tange a disposição sobre os bens e serviços oferecidos e que resulta consensualmente do modo de equilíbrio de seus interesses, não implicando necessariamente num “cosmo” das normas interpretáveis como logicamente “corretas”, porém por complexos motivos efetivos que determinam as ações humanas reais.

Estudos recentes redescobrem novas formas dos evangélicos se apresentarem, para isso utilizam nomenclaturas bem características da sociedade hedionda, "falanges da fé", nos presídios, "rock cristão", entre os jovens, "atletas de Cristo", no esporte, "bloco evangélico", no carnaval, "bancada evangélica", no congresso nacional, "associação de empresários evangélicos", na economia. No Shopping Centro eles se apresentavam como “os crentes do Terceirão”, onde o termo “crente” se deve a diversidade de denominações religiosas encontradas no local.

As igrejas evangélicas formam um sistema religioso caracterizado por subsídios que apregoam a religião, mesmo considerando que esse talvez não seja o seu objetivo específico, porém, como todo e qualquer código filosófico ou científico que contenha elementos da religião, é um sistema religioso, logo não há porque negar esse caráter. Segundo Silva e Almeida (2002, p. 2) “a religiosidade é uma qualidade do indivíduo que é caracterizada pela disposição ou tendência do mesmo, para perseguir a sua própria religião ou a integrar-se às coisas sagradas”, logo, as expressões, os símbolos, os marcos, alguns objetos encontrados no local são todos fontes de religião, que podem ou não gerar religiosidade.

Ainda considerando as ponderações de Silva e Almeida (2002), Acredita ele, que é preciso diferir o ser possuidor de religiosidade, do religioso, que é fruto do sistema religioso, é nesse contexto que se apresentam os sujeitos da pesquisa, para isso foi comparada a fé com a aceitação de uma realidade transcendente, para compreender a determinação da religiosidade enquanto qualidade funcional dos sujeitos, já que de um lado existe uma ética

empregada por sua religião, do outro, estão incluídos numa economia subterrânea, que não paga os impostos devidos e, essa realidade se contradiz no seu aspecto formal, no entanto, a sobrevivência está mais ligada ao aspecto transcendente, do ético ou moral.

Religiosidade é uma qualidade funcional dos homens, alguns determinando de modo pleno, noutros apresenta-se de modo rudimentar e que o desdobramento desta compleição em artigos de fé, implicando numa aceitação de uma realidade transcendente, que terá lugar na maioria dos casos, mas não está incondicionalmente ligado ao ser e à feição religiosa (SIMMEL, 1997, p.17).

Ao tentar definir religião de um modo universal, encontramos dificuldade nessa tentativa, pelo fato da natureza de seu objeto carecer de uma recondução do sagrado ao profano e assim compreender o fenômeno religioso. Para melhor situar a pretensão, optamos por uma oposição ao invés de uma recondução, porque assim a religião pode ser entendida como uma forma que melhor se adequa a sobrevivência como primordial à vida. Para Weber (2001, p.141), “o pesquisador só pode ter aceso à realidade parcialmente, por meio da seleção do que julga importante para as suas pesquisas”.

Dessa forma, prossegue ele “é obrigado a destacar da absoluta imensidão im fragmento ínfimo e, particularmente aquele cujo exame lhe importa”. Assim, procuramos construir o objeto do presente estudo para conhecê-lo na sua essência. Boudon (1995, p.37), admite o “fenômeno religioso como complemento do fenômeno relativo ao sagrado”, porém, chama atenção para o fato de que por uma lado ele emana de uma determinada fonte e, por outro, resultam de refrações através dos mais diversos meios históricos e sociais, fazendo uma crítica a determinados pesquisadores, que passam de estudiosos a crentes, quando se posicionam com uma transcendência absoluta ou diluem seu objeto, quando considera o fenômeno estritamente humano.

Ao abordar o fenômeno religioso, levou-se em consideração dois aspectos: 1) a partir da teologia, que busca um entendimento do ser humano sobre Deus, levando sempre em consideração a essência de uma religião, considerada única e autêntica, procurando sempre respostas racionais sobre a fé, já que esta é uma ciência normativa; 2) a partir das ciências das religiões, cuja interesse maior está em tudo quanto os seres humanos crêem, cuja resposta, acredita ela, está no sujeito religioso. Mas, quem é esse sujeito que produz a religião?

Questiona Alves (2008), que assim expressa o seu pensamento, respondendo a sua própria pergunta afirmando que

O homem religioso é um corpo, corpo que tem de comer, corpo que necessita de roupa e habitação, corpo que se reproduz, corpo que tem de transformar a natureza, trabalhar para sobreviver. Mas o corpo não existe no ar. Não encontramos de forma abstrata e universal. Vemos homens indissoluvelmente amargurados aos mundos onde se dá sua luta pela sobrevivência, e exibindo em seus corpos as marcas da natureza e as marcas das ferramentas. (ALVES, 2008, p. 73).

Mas de uma forma ou de outra o objeto desse fenômeno é o mundo do sagrado, onde cada religião quer oferecer um norte global, dando aceção às coisas. Ela cria denodos e normas, constrói uma realidade a fundo, aponta para o além do tangível, do humano e do cotidiano, sua expressão e comunicação são obrigatoriamente simbólicas. Esses símbolos têm um grande papel em todas as atividades religiosas, tudo pode tornar-se símbolo quando há um significado que vai além daquilo que a pessoa vê, ouve, sente, cheira ou toca.

No Shopping Centro Terceirão, percebemos elementos simbólicos que pode facilmente ser compreendido na sua essência e outros de difícil contextualização, nessa dualidade que Otto (1992, p. 93), procura delimitar os elementos irracionais do fenômeno religioso, que ele propõe que seja chamado de *numinoso*, para tanto, assim ele se expressa:

Na idéia do divino, designamos por “racional” o que pode ser claramente apreendido por nosso entendimento e passar para o domínio dos conceitos que nos são familiares e suscetíveis de definição. Afirmamos por outro lado que, sob esse domínio de pura clareza, encontra-se uma obscura profundidade que se esquivava, não a nosso entendimento, mas a nossos conceitos e que, por essa razão, chamamos “irracional”

Nesse aspecto, a pluralidade de fontes e outros fatores levam-nos a considerar a polivalência que existe nos fenômenos religiosos, onde o religioso satisfaz certas necessidades humanas, como a curiosidade, a segurança, a economia subterrânea como forma de sobrevivência, a boa consciência, a religião como fonte de sua satisfação física e mental, entre outras, que são satisfeitas por um conjunto mais ou menos coeso de crenças, de emoções, de ritos e de cerimônias.

É mais justo constatar a polivalência do fenômeno religioso, em virtude da pluralidade de suas fontes, da diversidade de seus produtos, da heterogeneidade de seus produtores e da disparidade de interesses de seus consumidores, e daí extrair argumentação para traçar uma linha evolutiva

plausível entre um estado difuso do fenômeno religioso e a emergência da religião como domínio especial das atividades sociais. (DOUBON, 1995, p. 454)

Assim é preciso considerar a religião algo humano, não há como se falar num fenômeno religioso único e exclusivamente religioso. Todo ele possui ao mesmo tempo algo de social, de linguístico e econômico visto que, no contexto humano, é difícil se abstrair a linguagem e a vida social. Não obstante, a vida religiosa de qualquer grupo humano, vai conter sempre certo número de elementos teóricos de características religiosas, tais como: símbolos, ideogramas, mitos, entre outros, que são consideradas verdades.

Desta forma, o estudo de religiões ou do fenômeno religioso (Quadro 1) remetido às origens do ser humano neste planeta, se reveste de um nível de complexidade ainda maior. Há que se conceber que a religião geralmente se nos aparece edificada à base de conceitos, de práticas e de um material que, às vezes, pode ser bastante anônimo. Assim, cada grupo social só pode existir mediante as ações e reações dos indivíduos entre si, em suas extensões mútuas, procurando explorar a dimensão do enigma e tomando como base a relação religião/economia/ética.

A crença é a convicção da realidade de algo, com base numa subjetividade tida como suficiente, que quando adicionado um elemento de confiança, temos a fé, que quando cristalizada em uma doutrina imposta por uma autoridade religiosa, vai surgir o dogma, que substitui a certeza objetiva da prova, pela certeza subjetiva da fé. Esses elementos conduzem ao culto e ao ritual. Enfim, as religiões nascem a partir das perguntas que o ser humano se faz para situar-se dentro do contexto histórico, cujos elementos conduzem ao culto, ao ritual e uma racionalização

Para Freund (2006, p. 19) “a racionalização consiste na organização da vida por divisão e coordenação”, é nesse sentido que os líderes religiosos procuram estudar as relações entre o grupo com maior eficácia, para estabelecer entre eles maior rendimento, sendo esta relação o desenvolvimento prático do pensamento de Weber (2001) que trata como um refinamento engenhoso da conduta da vida e um domínio crescente do mundo exterior.

Por outro lado Weber (2001) acredita que no mundo se confrontam valores múltiplos e fins últimos que, por sua própria pluralidade, sustentam a irracionalidade e o desencanto do

mundo, pela racionalização, é impotente diante daquela eterna luta entre o bem o mau. Assim, viver segundo os preceitos da moral é louvável; mas é preciso não perder de vista que, nenhuma teoria ético no mundo tem condições de definir qual das duas é melhor ou superior a outra.

Quadro 1 – Características do fenômeno religioso

A religião enquanto fenômeno religioso	Características
Constitui um sistema simbólico	Plausibilidades próprias
Do ponto de vista do indivíduo religioso	Caracteriza-se como uma afirmação subjetiva de uma proposta que existe algo transcendental, algo extra-empírico. Vai expressar algo maior, mais fundamental ou mais poderoso do que a esfera que nos é imediatamente acessível, através do instrumental sensorial humano
Apresenta as seguintes dimensões:	Particularmente temos que pensar na dimensão da fé, na dimensão institucional, na dimensão ritualista, na dimensão da experiência religiosa e na dimensão ética
Cumprir as funções	Individuais e sociais

Fonte. Frank Usarski (2002)

Dessa forma, percebe-se no quadro I, que as religiões vão dar um sentido à vida, alimentam esperanças para um futuro bem próximo ou muito remoto, nessa acepção algumas vezes transcende o da vida atual, e com isso tem a potencialidade de compensar sofrimentos imediatos, além de se integrarem socialmente, uma vez que membros de uma comunidade religiosa compartilham a mesma cosmovisão, seguem valores comuns e praticam sua fé em grupos.

1.1 – ECONOMIA INFORMAL E ÉTICA RELIGIOSA

Um dos grandes desafios enfrentados pela humanidade na contemporaneidade é enfrentar os desafios éticos (entendido como conjunto de princípios que traduzem a vontade moral de um grupo específico) nas suas relações interpessoais com Deus, consigo mesmo e com o próximo sem ver maculada a sociabilidade existente entre os sujeitos do grupo em que esteja inserido, ou seja: de uma forma objetiva. Para compreender o fato, mister se faz uma

análise sistêmica da natureza moral humana, levando em consideração determinados padrões que a sociedade retira da dualidade do “certo” ou do “errado”, implicando de certa forma nas atitudes morais (entendido como a tradução ou aplicação do conjunto de valores éticos numa situação social concreta) do indivíduo.

Para o presente estudo consideramos a ética como uma espécie de valor regulador das relações interpessoais, que contribuíram para o aperfeiçoamento das relações e das convenções sociais no Shopping Centro Terceirão e estabelecidos entre os indivíduos, os grupos ou as instituições, que foram objeto da pesquisa. A explicitação dos princípios éticos do grupo e sua aplicação prática na conduta do indivíduo no seio de uma comunidade foi determinada por um elemento que denominamos código de ética, criado a partir das observações participantes.

Para melhor situar essa ética no campo doutrinário religioso e sua inserção no capitalismo, comparamos a definição anterior com o estudo feito por Weber (1981) quando apresenta a sua obra “A Ética Protestante e o espírito do Capitalismo” enfatizando o aspecto doutrinário do luteranismo, do puritanismo e da religião batista, assinalando o calvinismo como o segmento protestante que teria abastecido elementos mais eficazes para se constituir uma ética apropriada para a ampliação do capitalismo moderno, mesmo não achando ele, que o chamado “espírito do capitalismo” seja uma consequência do capitalismo, unicamente. Ele admite outras hipóteses.

Nos seus estudos Weber (1981) destaca a importância da ética de Calvino, que consiste na protestação do cristão como um eleito de Deus. A crença calvinista na eleição resolve nesta vida o enigma existencial do destino eterno do homem e o desafia a se transformar num cidadão do reino de Deus. Este *status* de cidadania espiritual deverá levá-lo a assumir paulatinamente sua condição de cidadão do mundo com todas as suas alusões e responsabilidades.

O protestantismo surgia para liberar a burguesia da proibição da usura pregada pelo catolicismo, no entanto quando comparamos com a Contra Reforma Católica, percebemos que ela não foi uma concessão em relação à modernização, mas, justamente uma retomada dos valores católicos originais. Nesse aspecto, é importante notar que as ideias protestantes não

surgem em áreas comerciais, muito embora seja nelas que irão se desenvolver acima de todas as outras dimensões da vida social.

Nesse aspecto, segundo Carmo (1992, p. 33), na idade média os católicos não tinham um apego muito grande ao trabalho, esqueciam muitas vezes de venerar a Deus e o trabalho não era considerado algo nobre, acrescenta ele:

O Catolicismo, na Idade Média, criticava o apego demasiado ao trabalho, pois este resultava no esquecimento da veneração a Deus. Nesse contexto o trabalho ainda não era tido como algo nobre, ou como fonte de satisfação, já que era infundável e tedioso. Era valorizado apenas na medida em que contribuía para a resignação cristã e a restauração da pureza da mente.

Já para o protestantismo, o tempo não deve ser dilapidado, chegando inclusive a condenar o desfrute dos bens, da ociosidade e das tentações da carne. Para eles querer ser pobre é querer ser indolente, um desafio à glória de Deus, isso porque os seus eleitos não teriam outra forma de saberem que são escolhidos, senão trabalhando e acumulando riquezas. Ai o sucesso profissional e a acumulação de bens passam a ser graça divina para eles, assim o lucro, associado a uma vida próspera passa a ser um fim em si mesmo e, sobretudo, um dever do indivíduo.

A ideia protestante incorporada à moral capitalista de que a graça de Deus alcança aos que trabalham honestamente, levam uma vida regrada e, principalmente, não utiliza seus bens para os prazeres mundanos - antes os poupa. Assim, aqueles que são produtivos e contribuem para o bem estar social são os homens de bem e podem se dar muito bem na vida. Desempregados e atidores de lutas de classes já não são vistos com bons olhos, pois se recusam a trabalhar, e, se o trabalho dignifica o homem, não importa em que se trabalhe, contanto que trabalhe e que leve uma vida sempre produtiva (WEBER, 1981, p. 41)

No caso específico do Shopping, essa acumulação de riqueza deu lugar a um ganho com finalidade de viver, surgindo uma ética utilitarista, que Weber (1981) vê como um *leitmotiv* (Do Alemão: motivo condutor, impulsionador) do capitalismo, ali a utilidade de vender “bem” o seu produto é considerado uma revelação de Deus e um *summum bonum* (bem supremo) dessa ética: ganhar dinheiro para sobreviver. O autor d’ética protestante, já chamava atenção para o fato da inversão que a racionalidade capitalista produz na vida das pessoas.

Quando percebemos a presença de algumas Igrejas Evangélica no local participando e orientando atividades mercantil, constatamos que as instituições religiosas e o sistema cultural

garantem a coesão social, no entanto existe uma espécie de “necessidade religiosa”, tanto social quanto individual, que para atendê-la exige certa competição entre diversas mensagens religiosas, mas, não é esta competição que cria esta necessidade, já que uma das suas respostas possíveis é a sua substituição por ideias não reconhecidas como religiosas – como a crescente sacralização do consumo e dos valores monetários – ou ainda, a fragmentação de um sistema religioso em religiões particulares no melhor estilo “faça você mesmo”.

Se considerarmos todo o processo por que passaram os “comerciantes” ambulantes, e a dificuldade que encontraram para sair das ruas e chegar ao local, foram crises de dimensões morais e espirituais que apresentou à ética como um conflito entre o que o indivíduo deve fazer e o que ele pode fazer. Assim, foi nessa dualidade entre “idealização” e “realidade”, que os comerciantes e as igrejas procuraram construir aquela sociedade mercantil informal, onde sua dimensão moral pudesse compreender além da esfera individual e privada; a esfera pública, a vida social, a ação do cidadão.

Para Weber (1981), quando investiga as influências da economia para a religião e para a cultura, conclui que o capitalismo seria o que ele vai chamar de tipo ideal, um construto de valor heurístico, uma abstração em elevado grau de generalidade, que não se confunde com a realidade empírica, ou que não existe na sua plenitude, ou na sua forma pura (ou ideal), na realidade concreta.

1.2 - A TEORIA RELIGIOSA WEBERIANA REVISADA POR PIERRE BOURDIEU

Ao tentar investigar a relação existente entre as ciências da natureza e ciência do espírito, Weber (1972) leva em consideração os fenômenos culturais contemporâneos, tentando com muito cuidado não criar obstáculos entre as duas, procurando mostrar que não existe uma lei universal que possa regulá-las, para ele as ciências da natureza busca o conhecimento dos fenômenos naturais, algo externo ao próprio homem e na ciência do espírito, o que se procura conhecer é a própria experiência humana, porém antes ele vai definir o “espírito do capitalismo ocidental” e a “ética racional do protestantismo ascético”.

Nesse sentido, Weber (1978) não vai fazer uma análise do capitalismo moderno, porém vai tentar encontrar um “modo racional de vida” pré-capitalista que tornou viável a compreensão da racionalização econômica do capitalismo enquanto sistema. Ele foca seus estudos na investigação da relação de certas práticas religiosas e a racionalidade capitalista, como precondições históricas responsáveis pelo nascimento do capitalismo, fazendo uma relação entre a religião e o capitalismo, abordando que as riquezas, o capital e os bens materiais são tidos através de uma predestinação, que ele vai chamar de vocação, sendo concedida apenas aos “escolhidos por Deus”.

Essa afinidade entre o protestantismo e a economia tem apontado em seus diversos ângulos de estudo, uma pluralidade de resultados, tendo em vista a relação temporal, ser fator preponderante para mostrar que as concepções religiosas são determinantes da conduta econômica:

Uma disposição que não está dada na natureza. Para os protestantes, o trabalho é como uma via para “entrar nos céus”, como diria o ditado: “Deus ajuda a quem cedo madruga”, ou seja, só é bem – vindo no reino dos céus aqueles que são trabalhadores, se a pessoa progride é mais bem vista aos olhos da sociedade e aos olhos de Deus; a outra encontra-se no fato de, contrário do pensamento dos católicos, que acreditavam que uma doação de certa quantia de bens para a igreja poderia tirar-lhes o pecado e levá-los ao céu. (WEBER, 1981, p. 19)

Procuramos perceber mais nitidamente os conteúdos de natureza histórica/sociológica/religiosa no shopping, porém a diversidade de informações foi tamanha que tivemos de fazer determinados recortes para melhor direcionar o trabalho. Weber (1987, p. 141) quando trata da objetividade do conhecimento em seus estudos afirma que “o pesquisador só pode ter acesso à realidade parcialmente, por meio da seleção do que julga importante para suas pesquisas”, só dessa maneira afirma ele, construir o seu objeto para conhecê-lo.

Não existiria nenhum princípio de seleção, nem o conhecimento sensato do real singular, da mesma forma como, sem a crença do pesquisador na significação de um conceito cultural qualquer, resultaria completamente desprovido de sentido todo o estudo do conhecimento da realidade individual, pois também a orientação de sua conduta pessoal e a difração de valores no espelho de sua alma confere ao seu trabalho uma direção. (WEBER, 1987, p. 132)

A teoria religiosa weberiana, revisada por Bourdieu (1992), é uma *análise sociológica* do sistema religioso, assim ao formalizar um sistema de estudo sobre a sociologia da religião,

o faz de uma maneira personalíssima um recorte teórico consubstanciado, para isso ele formalizou hipótese baseado naquilo que não foi escrito, com o objetivo de ter uma visão mais ampla da sociologia clássica e, como fez isso? – focalizou alguns elementos, comparando com outros autores ou indo além deles.

Weber (1981) vai instituir um debate entre o espírito capitalista e o pré- capitalista e distingue os pontos decisivos nos quais estes debates se patenteiam. Nesse sentido o que exige o espírito do capitalismo? – Para ele não exige somente a acumulação de capital, mas tipos inclinados a negócios, disciplinados, ao mesmo tempo no que se refere à utilização racional do capital, bem como "trabalhadores conscientizados" a produzir cada vez mais, objetivando "melhorar de vida", em detrimento à concepção de vida que se traduz em trabalhar para ganhar o suficiente para viver.

Percebe-se, portanto, que ele vai encontrar este "espírito" surgindo do próprio capital, sem a necessidade de uma acumulação primitiva. Isto mais se corrobora quando situamos o conjunto das peculiaridades e das categorias éticas pessoais do empreendedor capitalista, que para o nosso estudo seria os “comerciantes do shopping” que se resume no seguinte: num primeiro momento, ele catalisa a atenção de fregueses e de trabalhadores. Geralmente, trata-se de um homem que lutou na "dura escola da vida", portanto, desvela dois domínios: o da praticidade e da utilidade.

Mesmo que Bourdieu (1992) abalize e faça ressaltar as limitações de Weber (1981), ao avaliar a religião e esse espírito capitalista, fica evidente que o seu objeto de estudo tem como baldrame uma burocracia institucional muito severa, europeia, muito diversa do que se viu na América Latina, sobretudo, na década de 60, quando os “sacerdotes”, para falar de religião cristã, tomam um discurso profético, sendo esse o fundamento teológico que se utilizou no embate contra a instituição tradicional. Embora, o protagonista religioso profético, com o tempo, ou é eliminado da instituição, ou é agregado por ela.

O que se adverte na extensão sobre a teoria da religião de Weber (1981), provavelmente, os agentes da religião, assim como os consumidores de religião (leigos), terão problemas em aceitar essa argumentação, sobretudo a teoria do interesse religioso e dos papéis circunscritos aos protagonistas da ação religiosa. Nesse sentido, em tom de ironia, Bourdieu (1992) arrepanha que tanto Marx (1978) como Weber (1981), diante de suas teorias

antagonistas e complementares, se esquece do trabalho religioso que é realizado por agentes especializados, porta-vozes institucionais poderosos, que respondem com um tipo de prática e discurso a um tipo de necessidade e a um grupo determinado.

Para isso recomenda que a função social da religião não seja entendida unicamente com o sentido de livrar os leigos da angústia existencial, mas, sobretudo, a importância de sua função social, pois abastece “justificativas sociais de existir enquanto ocupantes de uma determinada posição na estrutura social”, aceção essa que está tácita nas análises religiosas weberianas. Assim, os sistemas de veemência religiosos são assentados pela situação social. Isso alude que uma mensagem religiosa capaz e efetiva para um determinado grupo, de ação simbólica, é aquela que pode fornecer um sistema de justificativas de existência a determinada posição social.

Nesse sentido, a prática sacerdotal e também a mensagem que ela impõe devem sempre as suas características mais importantes às transações incessantes entre a Igreja que, em sua condição de concessionária permanente da graça (sacramentos), dispõe do poder de coerção correlato à possibilidade de conceder ou de recusar os bens sagrados, e as demandas dos leigos que pretende liderar religiosamente e dos quais provém seu poder (temporal e espiritual).

No shopping as pessoas procuram as igrejas, mais para resolver seus problemas pessoais de forma imediata, quais sejam: dívidas; empregos; problemas familiares; falta de perspectiva profissional e outros, que têm muito mais a ver com a atual conjuntura socioeconômica do país, do que com a fé ou a doutrina usada para buscar a salvação. Por outro lado encontramos igrejas que são especializadas em resolver esses problemas materiais, buscando a manutenção do *status quo* e a condenação dos “desvios” e dos “desviantes”.

Nesse aspecto podemos constatar que existem várias igrejas em João Pessoa cumprindo a função de aparelho ideológico com eficiência, para tanto apresentam uma boa estrutura física e material para chegar até os seus fiéis, ao tempo em que mantém a sua infraestrutura econômica acomodada e amoldada, sob o argumento de preservação da moralidade e de pregar a palavra – através de evangelização cada vez mais intensa – suprimindo a lacuna existente entre o Estado e suas ações sociais, além de manter as suas crenças sob controle.

Esses fatores associados a um novo modo de pregação da palavra de Deus vão mudar o modo de vida do fiel comerciante do shopping, que é um novo sujeito a ser estudado nessa interação entre religião/economia informal/ética. Mesmo essa economia informal fazendo uma ponte entre o que a igreja diz e o que ela faz.

De outra parte, Weber (1979) empreende os fundamentos religiosos do ascetismo laico, oriundos da Igreja Reformada, apresentando como dogma, os principais representantes históricos do protestantismo ascético de forma esquemática, intencionando, com isso, evidenciar a inter-relação existente entre os diversos movimentos, além de tematizar o surgimento da luta dos referidos movimentos contra a manutenção da unidade da Igreja. A Igreja, para o autor da Ética, é invasiva ao carisma “pessoal”, isto é, “profético, místico ou extático, pretendendo, com isso, indicar um caminho original em direção a Deus”. Na medida em que a Igreja burocratiza o carisma, no sentido de “banalização (*Veralltäglichung*) do carisma, ela apresenta-se como uma empresa.

No interior das igrejas, percebem-se redes evangélicas que trabalham, desde relações pessoais, ajuda mútua, até o estabelecimento de fortes laços de confiança, aumentando, com isso a autoestima dos fiéis, dando a eles um impulso empreendedor, atuando para além de sua finalidade religiosa, estrito senso, funcionam como circuitos de trocas que envolvem dinheiro, comida, utensílios, informações e recomendação de trabalho, entre outros.

1.3 – A GLOBALIZAÇÃO E O CARÁTER RELIGIOSO DO TRABALHO

Na análise do fenômeno de ter se encontrado no local alguns agentes religiosos inseridos nas atividades mercantis, impulsionando os comerciantes a venderem os seus produtos sob a proteção divina, apresentando para isso, sugestões e uma imensa teia de significados que envolvem uma relação da fé com a comercialização desses produtos em função de uma necessidade inerente aos atores sociais em se manterem no comércio informal.

A força simbólica da linguagem utilizada pelos agentes religiosos em relação aos comerciantes, sobretudo uma força persuasória dos argumentos impostos pela situação de necessidade de venderem os seus produtos dos comerciantes do local, a eles são apresentados os milagres como resultado do poder de Deus, mas também como resultado do poder da igreja

que está e, é esse poder que os comerciantes têm a sua disposição para melhorar as suas vendas, nesse aspecto os evangélicos, independentemente de serem, pentecostais ou neopentecostais, (Quadro 2) nunca abdicaram de solicitar ao divino as bênçãos para os seus problemas.

Weber (1987) faz uma distinção interessante entre religião, que para ele é possuidora de uma ética salvadora institucionalizada e intelectualizada e magia que é entendida como caracterizada pela busca frenética de eficácia na relação com a divindade, num mundo marcado pela irracionalidade, no qual se procura subordinar os deuses. Foi nessa distinção que ele criou o conceito de desencantamento do mundo, que para Pierucci (2001, p.90) “representa a vitória da religião, eticizada, sobre a magia, dominada pelos tabus”, esse processo leva a religião ser “desmagicalizada”.

Assim na medida em que as práticas mágicas são substituídas por uma ética intelectualmente construída, não implica falar numa oposição radical entre elas, mesmo considerando a posição de Weber (1985) de que o desencantamento do mundo é um fato histórico milenar, há de se perfilar que as religiosidades, no dizer de Pierucci (2001, p. 55) “permanecem eivadas de tabus e práticas mágicas”, dessa forma as práticas mágicas podem e são encontradas no interior das religiões, sem que isso implique na exclusão de uma ou de outra.

Quadro 2 – Os protestantes pentecostais e neopentecostais: Características

	PENTECOSTAIS	NEOPENTECOSTAIS
PARAÍSO	A vida na Terra é uma fase de espera. Qualquer sofrimento é mínimo se comparado às maravilhas do céu	Após a morte, todo cristão será recompensado com o Paraíso. Mas é possível vivê-lo na Terra, recebendo as graças de Deus
DÍZIMO	O fiel deve dar à Igreja regularmente 10% (dez por cento) de seu salário, como determina a Bíblia	Idem, mas pagando o dízimo o fiel ganha o direito de exigir que Deus o recompense
PRAZERES	Quem é atraído por prazeres mundanos está se concentrando menos em Deus - e abrindo espaço para o Diabo	Não há nada de errado em se divertir, desde que isso seja feito de forma moderada, sem excessos
SEXO	Sexo serve para reprodução. Quem busca prazer sexual está se entregando ao demônio	Prazer sexual é uma bênção de Deus, desde que a relação aconteça entre marido e mulher

VIDA SOCIAL	Deve ficar restrita à comunidade. Álcool e música que não fala de Deus não são para crentes	Não se deve beber nem fumar, mas não é necessário se isolar da sociedade
APARÊNCIA	Algumas igrejas impõem trajes formais e proíbem a depilação e o corte de cabelo. Crianças não podem brincar	A escolha da roupa é uma questão de gosto pessoal. Usar maquiagem e ser moderadamente vaidoso não é proibido
TABUS	Adulterio, homossexualismo e aborto são inaceitáveis	Adulterio, homossexualismo e aborto são inaceitáveis

Fonte: www.centrodametropole.org.br/textos.html

Destarte, Oro (1996) vai chamar esse processo de secularização, acreditando que este seria o projeto resultante do trabalho da modernidade sobre a religião, na medida em que ocasionaria o desaparecimento desta última e apostar na onipotência da razão e da ciência que garantiriam o sentido da vida humana. Preferimos visualizar a expressão sob uma ótica menos evolucionista e mais contextualizada dentro de uma sociedade que gera contradições sociais formidáveis. Nesse sentido:

A secularização não consiste no desaparecimento da religião confrontada á modernidade: é o processo de reorganizado constante do trabalho da religião numa sociedade estruturalmente impotente de preencher as expectativas que ela deve suscitar para existir como tal" (HERVIEU-LÉGER, 1987, pag. 227).

Assim a secularização é direcionada enquanto mutação e reorganização do campo religioso e com essas considerações procurar nos estudos de Pierucci (1996), para quem Weber (2004) concebia a sociologia da religião fundamentada na secularização e como tal, um projeto de viabilidade e necessidade sem precedente, para isso ele vai se referir ao termo, como algo dado, reconhecido e incontestável, considerando a secularização como um dado objetivo, por isso ele analisa ao invés de projetar o futuro, sendo nessa análise que procuramos compreender ações mercantis/religiosas do shopping.

Modestamente, minha proposta hoje me parece menos resignada e, além disso, mais viável. A saber: não abri mão da secularização. Nem teórica, nem prática, nem terminológica, nem existencialmente. Urge, isto sim, que cada um de nós se esforce por saber do que está falando. (PIERUCCI, 1996, p. 32).

Existe uma preocupação em relação ao conceito de secularização, para que ele não se perca no tempo e no espaço e como consequência perder a acepção ideológica que usualmente lhe atribuem.

Berger (1996) assim redefine-o “por secularização entendemos o processo pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religiosos” e acrescenta que o processo de secularização na disputa ideológica

caracteriza-se pelo peso valorativo que ganha. Considera que as sociedades constituídas lidam com a ameaça freqüente do mal, das catástrofes, do sofrimento, da morte, do caos e, para que haja legitimações religiosas, faz-se necessário dar explicações convincentes. Em outros termos, quando esta racionalidade religiosa não responde, não confere sentido e não explica os porquês que a sociedade questiona, esta entra em colapso (BERGER, 1996, p.45)

Nas suas análise sobre o tema, procura mostrar, por exemplo, que se um indivíduo pode habitar num contexto onde a sociedade é proclamada secularizada, os núcleos decisórios não estão subordinados as hierarquias religiosas, no entanto, este sujeito tem uma consciência religiosa — como é o caso das sociedades ditas secularizadas da Europa - onde a maneira do indivíduo comportar-se é em grande parte ditada por uma consciência ainda religiosa.

No Shopping houve uma espécie de separação entre os comerciantes e o estado, por não pagar imposto e fazer parte de uma economia, em tese, subterrânea esses sujeitos passaram a ser desconhecido pelo “poder público”, que lhe nega as condições mínima de cidadania e apesar de ter construído àquele espaço para efetuarem as suas vendas, os deixa entregue a sua própria sorte, é quando as igrejas chegam ao local assumindo o papel de regulamentar a vida social/econômica daquela gente, ditando-lhe leis próprias.

Assim percebe-se que não houve uma separação entre as igrejas participantes das atividades mercantis e o estado, elas apenas assumiram o seu lugar, assim não deixaram efetivamente de ser fator de unidade e regulamentação da vida social, permanecendo o monopólio das suas tradições, esse fenômeno religioso aponta para uma possível desecularização naquela sociedade, evidenciado pela proliferação religiosa e pela diversidade com que se apresenta.

Para Berger (1996) não existe um tipo de religião incondicional, apta para impor as demais religiões e a toda sociedade seus valores e plausibilidade, dessa forma os seguimentos religiosos se submetem ao mercado. Ai funciona a dialética da concorrência do mercado econômico, onde a freguesia é cativada para consumir o produto oferecido. A diversidade religiosa se apresenta como

típica das sociedades secularizadas Parece-nos plausível afirmar que sociedades secularizadas têm na diversidade sua marca. Quando deixa de existir uma religião absoluta que dita o comportamento, a cultura, a economia, os sentidos simbólicos e as mitologias, há claros sinais de secularização. Trata-se de secularização quando deixa de existir uma religião oficial e absoluta sobre a ordem social, quando outros sentidos são dados à teodicéia. A cultura secular não religião. (FIGUEREDO FILHO 2005, p. 39)

Por outro lado, não podemos vislumbrar esse fenômeno, sem perceber os diversos aspectos da vida política e social, onde a economia do local obedece a um novo ritmo laboral de forma desigual, tanto no tempo como no espaço, direcionado por um reordenamento que vamos chamar de globalização, pois no local prevalece os limites do desejo de escolha e da liberdade de preferência e sua preferência em relação a religião de uma forma equilibrada, sem exclusão. Isto porque a modernidade surgiu prometendo um mundo futuro próximo regido pelo conhecimento científico e, desta forma, desprovido de mistérios e misticismos.

A harmonia necessária para consolidar a tradição de uma religião e a cultura de um povo, passa pela respeito a liberdade religiosa e dignidade fundamental da pessoa humana, assim, quando tentamos estabelecer essa relação entre o fenômeno religioso e o fenômeno da globalização, foi preciso destacar a importância das religiões nas culturas das diversas sociedades, porquanto esta apresenta um componente importante, que é a referência do homem ao transcendente, enquanto o processo de globalização é dialético. O fenômeno religioso tem no seu objeto o mundo do sagrado, o universo religioso do ser humano, multiplicado por tantas perspectivas como culturas humanas.

A globalização é um processo radicalmente ambivalente em relação a compreensão do espaço em que os homens vivem, pensam, se movem, se comunicam, produzem, comerciam, trocam e pensam”. Vamos estabelecer quatro aspectos essenciais; sob o primeiro aspecto, a globalização apresenta-se como a emergência de uma economia na qual a interdependência dos atores impõe um modo de funcionamento unificado internacionalmente; o segundo é a aceleração da transformação dos modos de produção, ligada a uma enorme pressão sobre os lucros de produtividade; o terceiro refere-se ao papel que o estado sofreu, sob a opressão do mercado, um inquietante declínio e por fim ressalta, que ela atinge num instante, em tempo real, todos os pontos do planeta. Contudo, se tecnicamente ela é sem fronteiras, ela não pode agir sem encontrar obstáculos tanto sociais, quanto históricos e políticos. (LONGCHAMP, 2000, p. 139),

Vale ressaltar a pluralidade de resultados da interação cultural local com uma cultura de mercado, como fator preponderante para que a globalização possa ser entendida como um

processo de transformação duma formação social, como o trabalho e o uso da natureza, produzindo a compreensão do tempo e do espaço, que é característica da globalização, nesse sentido, Santos (2002), também aponta para quatro dimensões, sendo elas: econômica, social, política e cultural, acrescentando ainda, que é melhor pensá-la no plural.

Segundo Pretella (1997, p. 23) “o objetivo da globalização é criar uma economia de mercado capitalista integrada num único mercado mundial auto regulador”. Assim sendo ela vai direcionar necessariamente na aceção de uma ostentada posição, que provoque uma mutação nos costumes clássicos e de espírito, para que não se tenha uma globalização que banalize os valores ou estandardize os pensamentos, ou seja: para que ela esteja a serviço do homem.

Este século não terminará sem invocar a força de sua última descoberta: a globalização, para ele, pertencentes a todos os discursos”. Para ele a rentabilidade é o novo nome da redenção, assim fora da produtividade não há salvação. A globalização, nestas condições, provoca mais medo do que possam considerar seus violentos e ardentes defensores, não ingênuos mais devotos. (LONGCHAMP, 2000, p. 127)

O caráter universal das religiões é de suma importância quando se tenta limitar o desempenho da religião no fenômeno da globalização, acreditando que a liberdade religiosa não contradiz o direito de uma sociedade valorizar a harmonia consolidada na tradição entre uma determinada religião e a cultura de um povo e esse sentido da universalidade religiosa pode ter grande importância no processo cultural da globalização, pois

trata-se de um dinamismo de igualdade fundamental de todos os homens, porque toda a verdadeira mensagem religiosa é um anúncio de salvação e de fraternidade, na construção da harmonia, da justiça e da paz. Mas também este dinamismo de universalidade encontra dificuldades na fase atual da humanidade, quando as diversas mensagens de universalidade se chocam ou entram em concorrência. A harmonia deste dinamismo exige a afirmação e a prática da liberdade de religião. (JOSÉ, 2002, p. 39)

A forma como as igrejas evangélicas chegaram ao local criou um estilo de vida, um *ethos* que provocou uma afinidade eletiva com o modo dos produtos serem vendidos, assim; linguagem, os símbolos, as formas, levaram esses fiéis a se dedicarem, no dizer de Weber (1987) “de forma ascética ao trabalho secular, nesse aspecto, o protestantismo teria criado uma mão-de-obra que se motiva” para utilizarem aquele espaço como meio de sobrevivência,

vendendo seus produtos com a intermediação das igrejas, que de certa forma também “ganha”, pois os lucros são repassados para essas instituições na forma de dízimos. Nesse aspecto, a igreja cria um novo estilo de vida.

1.4 – A CARACTERIZAÇÃO DOS PROTESTANTES NO SHOPPING

Chamou-nos atenção a quantidade de pessoas entre os comerciantes que se diziam protestantes, nas abordagens a quem foram submetidos percebemos que ele proporciona certa rigidez moral nas suas práticas e linguagens, os fieis/comerciantes são geralmente submetido a assentados códigos de convivência, neles estão agregados denodos pecuniários como unidade para medir a sua fé e sua aliança com o criador, é nesse padrão que eles se apresentam no shopping, criando uma afinidade com as atividades mercantis, esse rigor nas suas abordagens levaram Léonard (2002, p. 269) acreditar que

o protestantismo também foi caracterizado pelo seu rigor moral e pela rigidez generalizada aos fiéis, sobrando pouco espaço para possíveis desvios dos mesmos. A visão de cultura brasileira não foi clara, mostrada em pequenos lances seus aspectos essencialmente discutíveis.

Tentamos buscar uma definição que pudesse servir de parâmetro e explicar aquilo que chamamos de protestantes, segundo Watanebe (2007, p. 87), “Os estudiosos divergiram quanto à definição do protestantismo, mas fizeram dele um substantivo elástico capaz de comportar interpretações conflitantes, de se submeter a diferentes métodos e de mostrar diferentes atores”. Embora esse nome hoje pareça dimanado, o protestantismo foi citado abundantemente e impregnou uma historicidade objetiva que, para muitos, não carecia de maiores questionamentos.

Observando por outro ângulo, a palavra “protestante” pode significar alguém que se manifesta efusivamente contra algo. Na verdade, entretanto, a palavra surgiu mais de uma década depois dos famosos argumentos de Lutero contra a doutrina praticada na época pela Igreja católica, que protestava contra a supremacia dos direitos dos que se chamavam evangélicos e procurava distingui-los dos “protestantes”.

Analisando a origem, as estruturas políticas e o perfil de determinados membros de protestantes, Camargo (1973, p.96) o dividiu em dois grandes grupos. O critério foi à universalização ou não da mensagem, abertas ou não a todas as pessoas

Apareceram então dois agrupamentos: o protestantismo de imigração (fechados) e o protestantismo de conversão (abertos). A classificação protestantismo de imigração e conversão sugere análise destes tipos não somente em termos de sua correlação com as categorias genéricas atrás delineadas como também quanto às funções sociais especialmente por eles preenchidas no país.

Através de um quadro comparativo, Camargo (1973) esboçou outra divisão dos protestantes conforme número de adeptos (não mais universalismo do culto). Assim, agrupou de um lado os não pentecostais (Batistas, Luteranos, Presbiterianos, Metodistas) e do outro os pentecostais (Assembleia de Deus, Congregação Cristã do Brasil, Igreja do Evangelho Quadrangular, Igreja o Brasil para Cristo). Outras subdivisões foram criadas dentro do protestantismo de imigração ao diferenciar europeus de áreas rurais das urbanas e dentro

Do protestantismo de conversão, dividiu os *históricos* (ligados a setores urbanos médios conservadores, ênfase na educação, ética puritana de rigidez moral, leitura bíblica, não envolvimento com a política) dos *pentecostais* (religião de massa urbana e suburbana, conservadores na política, de dualismo ético, aplicador de curas mediúnicas). Outra preocupação de Camargo foi diferenciar as igrejas das seitas protestantes. No então cenário, acreditava que as mais antigas se estabeleciam como igrejas e os pentecostais, como seitas (CAMARGO, 1973, pag. 154).

A interferência da igreja evangélica no cotidiano das pessoas é caracterizada pela sua força no que concerne ao ponto de vista político-econômico, bem como, decidindo sobre a salvação a través da graça ou pela veiculação de ideias em que se discute a vida espiritual do homem e seu destino. A interferência de Deus está presente em todas as esferas da ação do homem, para isso são organizados através de filiações, com doutrinas próprias. O quadro abaixo (Quadro 3) estabelece os grupos de protestantes que foram encontrados no local, respeitando as suas especificidades, dividimos segundo: 1) a sua denominação; 2) a sua característica; 3) os seus destaques.

Quadro 3 – Características e destaques das filiações evangélicas.

Denominações	Características	Destaques
Igrejas Históricas:	Resultado direto da reforma protestante	Luteranos, Anglicanos, Presbiterianos e Batistas e metodistas.
Igrejas Pentecostais:	Originárias em movimento do início do séc. XX é baseado na crença e na presença do Espírito Santo na vida do crente através de sinais, denominados por estes como dons do Espírito Santo, tais como falar em línguas estranhas (glossolalia), curas, milagres, visões e outras	Igreja Assembleia de Deus e a Igreja do Evangelho Quadrangular.
Igreja Neopentecostais:	Originárias na segunda metade do séc. XX de dissidências das igrejas pentecostais.	Igreja Universal do reino de deus, Igreja Apostólica renascer em cristo, Igreja Internacional da Graça de Deus, Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, Igreja Evangélica Cristo Vive, Missão Cristã Pentecostal e Igreja Pentecostal de Nova Vida

Fonte – Pesquisa do autor.

Os protestantes tradicionais ou históricos são aqueles que tiveram origem a partir do rompimento de Lutero, sendo produtos de variadas interpretações, assim

as denominações tradicionais rejeitam a adoração de imagens, não creem na glossolalia (dom de falar em línguas estranhas) e também não acreditam no exorcismo, concentrando-se no aprendizado das Escrituras e aplicação desses ensinamentos em sua vida, ou seja, "a Bíblia constitui-se em um recipiente de memória escrita ao qual é preciso voltar continuamente" (SOUZA; GOUVEIA; JARDILINO, 1998, p.104).

Os pentecostais têm origem em 1901 nos Estados Unidos quando um grupo de pessoas se reuniu para orar em uma vigília, quando em certo momento, surgia uma repetição do dia de Pentecostes relatado na Bíblia, assim aqueles que estavam presentes acreditam ter recebido a visita do Espírito Santo e este teria se manifestado em presença, através da distribuição do dom de falar em línguas estranhas, semelhantemente ao fato ocorrido no livro bíblico de Atos

dos Apóstolos capítulo 25. Segundo Torres (2007, p. 65), este é o último dos três grandes impulsos da Reforma, depois do puritanismo e do metodismo, pois o seu surgimento

Pode ser entendido como uma reforma a partir da Reforma Protestante Puritana, embora alguns dos aspectos centrais de sua mensagem religiosa difiram claramente das posições defendidas pelas denominações que surgiram com o movimento reformador liderado por Calvino. Talvez o ponto mais significativo a esse respeito seja a forte ênfase que o pentecostalismo concede, desde o seu nascimento até a contemporaneidade, aos chamados dons do Espírito Santo.

Como herança direta do metodismo wesleiano e do movimento *holiness*, os pentecostais pregam, baseados em Atos 2, que Deus – através dos atributos carismáticos do Espírito Santo como o de falar em línguas estranhas, o da cura e o de discernir espíritos – age entre os fiéis curando enfermos, realizando *milagres* e distribuindo bênçãos espirituais e materiais. Essa nova forma com que se apresenta o protestantismo evangélico mostra um fenômeno religioso ligando as peculiaridades da vida moderna a um sistema religioso, que apresenta a igreja como parceira de determinadas atividades, inclusive comerciais, tal fenômeno religioso

Já se configura como algo intrinsecamente ligado às peculiaridades das **modernas formas periféricas de capitalismo** (grifo nosso), inclusive podendo se postular que “[...] esse tipo de protestantismo robusto tem conseqüências comportamentais que, em sua maior parte intencionais, têm uma afinidade com as exigências do nascente capitalismo” (BERGER, 2001, p. 36).

A sua crença diferencia-se da dos tradicionais, pois além de crerem na palavra escrita, admitem as manifestações do Espírito Santo na cura de enfermidades, nas profecias, dentre outros, além da glossolalia, nesse aspecto, segundo Machado (1996, p. 34) “Os pentecostais conservam costumes rígidos, como a proibição de mulheres de usarem calças, cortar o cabelo, depilarem os pêlos do corpo, casar-se com homens não filiados a mesma religião”.

O terceiro grupo é mais recente, sendo conhecido entre os pesquisadores como neopentecostal, tendo surgido por volta da década de 1970, admitindo todos os preceitos dos pentecostais, porém diferenciam-se destes pelos costumes menos rígidos, segundo Mariano (1999, p. 33) “Tal liberalização dos usos e costumes tem um objetivo: evangelizar o máximo possível”. A maioria das denominações neopentecostais é originária da iniciativa de certos membros de outra denominação que manifestavam o desejo de criarem uma nova igreja,

Assim, podemos dizer que a maioria delas não provém de missões evangelizadoras, mas nasceram e se expandiram no Brasil.

Para Torres (2007, p. 87), Os neopentecostais reinterpretaram o sentido do sofrimento, conferindo-lhe um valor inédito na história do cristianismo, pois ao invés da

positividade moral (grifo nosso), encontrada nas grandes teodicéias do sofrimento, tendo no cristianismo a cruz como o seu maior símbolo, o sofrimento agora “volta” a ser o sinal da desgraça, do abandono da divindade em relação a uma determinada pessoa, e acima de tudo da falha ritual que permite ao infortúnio se instalar de forma conclusiva na vida de alguém.

Os galardões projetados no “mais além”, no paraíso *post-mortem*, raramente são lembradas na liturgia neopentecostal, porém a teologia da prosperidade brota numa “teologia prática” que delinea as metas para “este mundo”. Estando essa nova ordem pautada numa nova ética religiosa, que legitima o campo material em detrimento de uma poupança. Dessa forma, a prosperidade material e, por conseguinte, o acesso ao consumo das “maravilhas” do mundo moderno, permitiu um gozo “aqui e agora” e os fiéis

não devem mais aceitar viver como **párias virtuosos** (grifo nosso) completamente excluídos dos prazeres mundanos, nem rejeitar, de forma ressentida, o comportamento das classes dominantes. Esta última característica revela a oposição que o neopentecostalismo tem em relação ao momento de surgimento do pentecostalismo, ou seja, o abandono do ascetismo de rejeição de mundo característico do período denominado clássico (TORRES, 2007, p. 22)

Na Igreja Universal do reino de deus – IURD - a chamada “teologia da prosperidade” tem, acima de tudo, o sentido prático de recusar o fracasso – “pare de sofrer!” – é uma forma de delimitar a identidade social por oposição reativa a um exemplo negativo que, claro, só pode ser a imagem do fracassado, daquele que não pôde fugir das artimanhas dos encostos e de sua ação indiscriminada e constante.

Para Torres (2007) a “máquina narrativa” neopentecostal torna-se uma prática discursiva que reforça a ideologia do mérito, no seu sentido ético moral, fazendo-a assumir a semântica mágica, segundo a qual merece fracasso ou sucesso quem for mais hábil na manipulação das forças sobrenaturais que regem a distribuição de derrotas ou de vitórias. O racionalismo prático decorrente desta “máquina narrativa” consiste no que Weber (1987) chamou de “racionalismo de adaptação ao mundo”.

A conduta eficaz é adaptativa - prossegue - na medida em que seus critérios não incluem uma hierarquia de valores diversa da que já está posta e naturalizada como metas que todos devem almejar do mesmo modo que todos devem respirar e comer. É neste sentido que ela dispensa bens especificamente religiosos. O desempenho relevante para a eficácia ritual toma como parâmetro resultados e realizações que, em si, não diferenciam a virtude religiosa do vício profano.

Desde as primeiras incursões protestantes em solo brasileiro muita coisa mudou. Os protestantes tradicionais foram os pioneiros no que tange a implantação de igrejas, porém com o surgimento das igrejas pentecostais e neopentecostais a área de atuação das igrejas tradicionais foi se tornando restrita. Atualmente, os protestantes são conhecidos pelo nome “evangélico”, nome este adquirido pela defesa da livre interpretação dos Evangelhos bíblicos. (SILVA, 2009, p. 5)

Mas afinal o que é evangélico? Segundo Montes (1998) seria um "rótulo nativo" que denomina a massa heterogênea de cristãos não católicos que engloba ora todas as denominações pentecostais e neopentecostais, ora inclui nessa mesma nomenclatura os protestantes tradicionais, fazendo com que o termo evangélico e protestante seja equivalente, mas esclarece que não há imbricação entre eles

Evangélicos, é importante esclarecer, é a mesma coisa que protestantes. As duas palavras são sinônimas, ou seja, evangélicos são praticamente todas as correntes nascidas do racha entre o teólogo alemão Martinho Lutero e a Igreja Católica, em 1517. (GWERCMAN, 2004, p. 53)

De acordo com Silva (2009, p. 78), a inserção no mercado de trabalho ao contrário daqueles que pensam na exploração do trabalhador, acaba impingindo ao "crente" a sensação de libertação pelo fato de estar no mercado. Além disso, compreendemos também que o evangélico inserido no mundo trabalhista não se caracteriza como um revolucionário que pensa em implantar a "ditadura do proletariado", mas sim um trabalhador mais conformado e até satisfeito com sua posição social, sempre esperançoso de que com seu esforço um dia Deus o compensará.

Acrescenta ele “além disso, a igreja é, ao mesmo tempo, a família e o círculo de amigos e, em alguns casos, funciona como uma eficiente agência de empregos. Enfim, há libertação - não marxista, mas capitalista - que aponta para a eficiência no trabalho e no cuidado com o aprimoramento profissional”.

Assim como Weber (1991) demonstrou, que o trabalho para os protestantes configurava como uma ação de combate ao pecado do ócio, para ele, o sucesso no trabalho é visto como benção divina. Os evangélicos também se preocupam com isso. Desde que Max Weber lançou a sua obra “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, os economistas iniciaram uma ampla discussão sobre a inter-relação entre economia e religião.

Como o nosso propósito é compreender a presença de algumas filiações evangélicas participando como mediadora de uma economia informal optou-se por apresentar um capítulo que possa discutir um novo espírito do capitalismo, a partir das atividades comerciais desenvolvidas no Shopping Centro Terceirão, onde da história bíblica guarda pelo menos uma semelhança fundamental: o caldeirão de diversidade, onde a população compra, vende, troca os mais variados produtos e, ainda tem acesso a serviços e a alimentação.

CAPITULO 2

2 - O CAPITALISMO E AS TENSÕES SOCIAIS CONTEMPORÂNEAS

A produção coletiva em massa, enquanto um processo continuado, gerando lucro e acúmulo de capital, caracterizou a Revolução Industrial, em meados do século XVIII, nessa época na Europa Ocidental a burguesia toma o controle político-econômico e a sociedade vai suplantando os modelos tradicionais da aristocracia. Esse novo molde de sociabilidade fez com que o capitalismo se estabelecesse, dando margem às primeiras teorias econômicas, destacando-se o liberalismo econômico de Adam Smith (1723-1790) na Inglaterra, em que defende a livre-iniciativa e a não interferência do estado na Economia.

No entanto para explicar o capitalismo em suas primeiras investidas e seu desenvolvimento inicial, mister se faz, perfilar a multiplicidade de causas e de condições que intervêm uma com as outras, sem que se possa reduzir-se à unidade, ou mesmo organizar-se num sistema simples. Se, na época hodierna, os fatores econômicos exerceram intensa influência e tiveram importante papel, é talvez num estágio da história cuja vinda se explica mais por fatores religiosos ou políticos do que pelo progresso das técnicas e pelas modificações na produção e nas trocas, já que em outras épocas os puritanos e calvinistas se destacaram.

A fé dos puritanos e dos calvinistas contribuiu na sua época, para formação de centros comerciais, financeiros e industriais do nascente capitalismo. A crença na predestinação, a convicção de que o êxito material é sinal do favor de Deus, a seriedade nos costumes e nas práticas do negócio, são influências significantes, que não se pode menosprezar. Uma das forças mais eficientes do capitalismo consiste em definir, tomando por base o rendimento econômico, a parte que pertence a cada aspecto determinado e a cada uma das possibilidades da vida social, numa economia capitalista.

Por outro lado, para Weber (1987) a economia capitalista é caracterizada por uma racionalidade específica para o qual afluiu a noção de trabalho como vocação e ascese intramundana, vinculada a uma substância doutrinária do protestantismo e suscitada no calvinismo, para depois demonstrar a existência de uma “noção ingênua” de capitalismo em todas as culturas, buscando dessa forma definir o capitalismo como característica típica do

mundo ocidental e procurando mostrar um equacionamento sistemático naquilo que ele vai chamar de ação econômica

Chamaremos de ação econômica “capitalista” aquela que se basear na expectativa de lucro através da utilização das oportunidades de troca, isto é, nas possibilidades (formalmente) pacíficas de lucro. Em última análise, a apropriação (formal e atual) do lucro segue os seus preceitos específicos, e, (conquanto não se possa proibi-lo) não convém colocá-la na mesma categoria da ação orientada para a possibilidade de benefício na troca. Onde a apropriação capitalista é racionalmente efetuada, a ação correspondente é racionalmente calculada em termos de capital. (WEBER, 1987, p. 33)

Weber (1987), também fala de um capitalismo como tipo ideal, um construto de valor heurístico, um abstrairmento em altivo grau de generalidade, que não se confunde com o fato empírico, ou que não existe na sua plenitude, ou na sua forma pura (ou ideal), na realidade concreta, mas esse capitalismo se cobre ao longo do tempo em diversas formas no tempo e no espaço, não mostrando o mesmo aspecto em todas as épocas, porém, defende o estabelecimento de um raciocínio lógico capitalista, que vem a ser chamado de racionalismo.

A comparação da Alemanha daquele período com outros países civilizados do planeta em condições de desenvolvimento, levou a constatação de um capitalismo e de empresas capitalistas, identificado numa estrutura social, política e ideológica impar, em que se pode perceber condições ideais para o surgimento do capitalismo que hoje se conhece, que defende a paixão pelo lucro como demonstração de prosperidade, fé e salvação. No entanto, esse capitalismo só é aceito se amplamente se seus princípios de funcionamento desenvolvam suas consequências sem as oscilações que não se possam suportar, é preciso que o produto global seja bastante elevado, para que a desigualdade na distribuição das riquezas e das rendas apresentem pelo menos alguma aparência de utilidade e eficácia econômica.

Ninguém encontrou ainda o segredo de medir econômica e estatisticamente a desigualdade ineliminável quanto a dado produto ou a desigualdade mais apta a levar o produto ao máximo... As depressões se prolongam, acompanhadas de um desemprego maciço, não existe poder no mundo que possa proteger a fé nas virtudes da economia de mercado e na empresa (PERROUX, 1961, p. 92)

Ao analisar o homem (comerciante) incluído naquela sociedade (Shopping) a convivência deles não parece um puro conflito ou concurso de liberdade, nem um encadeamento de automatismos e mecanismos, na forma como eles vendem as suas

mercadorias, na verdade, não são tecidas de livre escolha, nem de trocas deliberadamente concluídas, ou no dizer de Perroux (1961, p.93) “constituída por conciliações mecânicas e de quantidades individuais e globais”. Porém buscar uma força, que lhes possibilite um rendimento financeiro, equacionando cada uma das possibilidades da vida social.

Um dos motivos pelos quais as pessoas procuram o local é o preço, que se constitui num compromisso, que nasce das diversas tensões, eles não são criados e se forma a partir dos desejos e do poder aquisitivo de um indivíduo, que quer a mercadoria e dos desejos e do poder aquisitivo de todos os outros indivíduos, que pretendem a mesma mercadoria. Tudo isso é determinado pela disputa entre os comerciantes que desejam conseguir a mesma clientela evangélica ou esporadicamente, outra análoga, numa eterna luta, entre aqueles que querem vender mais e esses que desejariam pagar menos.

Assim os consumidores procuram preços relativos e que estejam de acordo com suas preferências e poder aquisitivo, assim os comerciantes combinam alguns fatores para poder oferecer a maior quantidade de produtos vendáveis ao melhor preço e, as igrejas evangélicas entram tentando adaptar as escolhas de todos. No Shopping a sobrevivência dos sujeitos (comerciantes) está associada à venda de seus produtos, que para as igrejas, significa a prosperidade, ou seja; uma aliança com Jesus, o que vai lhes dá uma condição de dignidade e, para que isso aconteça, é preciso que o capitalismo “proceda bem”, nesse aspecto

O capitalismo “procede bem” se eleva o máximo e continuamente o produto real disponível, e se, além disso, diminui continuamente as tensões sociais. Essas tensões são definidas como as diferenças entre as quantidades desejadas e as estruturas desejadas pelos indivíduos, pelos grupos sociais, pelas classes sociais, e as quantidades e estruturas realizadas efetivamente. A redução das tensões implica a dos custos humanos do progresso e supõe que a economia assume um sentido, uma significação inteligível a todos, singularmente aos mais desfavorecidos (PERROUX, 1961, p. 140).

Dizer que o capitalismo “procede bem” não significa “acabar” quando esses objetivos são atingidos, porém é preciso que a especificidade das instituições e a lógica capitalista sejam mudadas e, com isso, se encontre uma economia humana, inteiramente nova nos seus princípios e nas suas regras e, que tenda a buscar na satisfação do homem os seus mais nobres interesses, já que hoje, ela encontra-se presa num complexo aparelho de criação coletiva.

O grande desafio deste século é abarcar as mutações ideológicas que acompanharam as hodiernas variações do capitalismo, procurando novos focos de juízo emergente de novas representações da sociedade como um todo, de maneira inédita de pôr pessoas e coisas à avaliação e, assim, novas maneiras de ter sucesso ou fracassar, para isso mister se faz legitimar simbolicamente a sua expansão com base numa cultura moderna.

Para isso é lacônico concebê-lo em toda a sua extensão, inclusive buscando espaços de entendimento na periferia, nos aglomerados, nas redes, nas economias subterrâneas e em outros, desintegrando assim, o seu sistema de um racionalismo que veio do ocidente enfocando uma gênese com aparência de capitalismo moderno, mais que na verdade é preciso situá-lo em instituições modernas, legitimando a sua razão de ser.

Boltanski e Chiapello (2002, p.32) definem o capitalismo de uma maneira bem simplificada, para ele é “a exigência de acumulação ilimitada do capital por meios formalmente pacíficos”, essa ideia de acumulação ilimitada, nos leva a refletir numa dinâmica rotativa, com o objetivo de extrair lucros, para assim aumentar o capital e reinvesti-lo, numa fascinante transformação:

O acúmulo do capital não consiste num amontoado de riquezas, ou seja: de objetos desejados por seu valor de uso, por sua função ostentatória ou como signos do poder. As formas concretas da riqueza não têm interesse em si e, por sua falta de liquidez, podem até construir obstáculo ao único objetivo que importa realmente: a transformação permanente do capital, de equipamentos e aquisições diversas em produção, de produção de moeda e de moeda em novos investimentos. (HEILBRONER, 1986, p. 34)

Assim o capitalista nesta visão significa qualquer pessoa que possua um excedente e o invista para extrair um lucro que venha aumentar o excedente inicial, para isso o capitalismo precisa ter condições de dar a essas pessoas a garantia de uma segurança mínima, que para Boltanski e Chiapello (2002, p.56) essa segurança é dada em verdadeiros santuários – onde é “possível viver, formar família, criar filhos, etc – como um elemento crucial na mobilização ideológica mundial de todas as forças produtivas”.

Essas pessoas precisam de poderosas razões morais para aliar-se ao capitalismo, porém, a ordem capitalista também não para de inspirar, não só os que são por eles oprimidos, mas também, às vezes, aos que têm a incumbência de mantê-los e de transmitir os seus valores por meio da educação. Neste aspecto, eles têm inspirado novos modelos, que

terminam por se enquadrar numa nova ordem social, que tem como parâmetros, determinadas crenças associadas ao capitalismo.

2.1 – UMA NOVA LÓGICA OU UM NOVO ESPÍRITO DO CAPITALISMO?

O presente estudo considerou as ciências humanas de uma forma introspectiva, para tanto foi utilizado a intuição direta dos fatos, procurando atingir não generalidades de caráter matemático, mas descrições qualitativas de tipos e formas fundamentais da vida mercantil/religiosa do local.

Para Weber (1991, p. 57) “o objetivo do capitalismo é sempre e em todo lugar, aumentar a riqueza alcançada, aumentar o capital”. E essa ação de enriquecimento estabelece um indicativo seguro de que se está “predestinado”, assim percebe-se as estreitas relações entre as aspirações religiosas do calvinismo e as aspirações mundanas do capitalismo. As suas análises foram válidas para um período encerrado

da história do Ocidente: o apogeu da racionalidade num mundo desencantado, em que o sagrado se exilou. Mais recentemente vivemos o período do chamado ‘retorno do sagrado’ ou ‘revanche de Deus’, em que este mundo, de alguma forma, se reencanta. Mesmo se considerarmos a realidade do terceiro mundo em geral e do Brasil em particular, em que o sagrado persistiu, é inegável que a religião aí se revitalizou, paralelamente ao reencantamento primeiro-mundista. (NEGRÃO, 1994, P. 134)

Weber (1979, p. 44) entende a racionalização como o caminho que orienta a sociedade para o mais alto grau de instrumentalização e burocratização, onde a ética e os valores são determinados pelos fins últimos, assim o destino do nosso tempo é caracterizado pela racionalização e intelectualização e, acima de tudo, pelo “desencantamento do mundo”. Na sua análise do sistema capitalista, procura compreender e explicar suas manifestações que são, no seu entendimento, multicausais e pluricausais.

Weber (1971, p. 51) traz uma contribuição para compreensão e interpretação da sociedade moderna, até então vista por ângulos macrossociológicos “o mundo moderno é muito mais complexo do que se pode imaginar e não pode ser entendido de forma monocausal e linear”, procurando dessa forma dar sentido um sentido sociológico na ação social dos indivíduos. Nesse sentido, Giddens, (1990, p. 312) afirma que: “No mundo moderno

capitalista ocidental, a racionalização progrediu em determinadas esferas numa direção inédita, atingindo nelas um grau nunca até igualado”.

O espírito do capitalismo é justamente esse conjugado de crenças associadas à camada capitalista que colaboram para explicar e sustar essa ordem, legitimando os estilos de ação e as acomodações coerentes com elas, para Boltanski e Chiapello (2002, p.139), essas justificações, sejam elas gerais ou práticas, locais ou globais, expressas em termos de virtude ou de justiça, dão respaldo ao cumprimento de tarefas mais ou menos penosas e, de modo mais geral, à adesão a um estilo de vida, em sentido favorável à ordem capitalista. Em Weber (1991) a noção de espírito

tem lugar numa análise dos “tipos de condutas racionais práticas: [...] das incitações práticas à ação que, constitutivos de um novo *Ethos*, possibilitam a ruptura com as práticas tradicionais, a generalização da disposição para o calculismo, a suspensões das condenações morais ao lucro e a arrancada do processo de acumulação ilimitada. (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2002, p. 42)

Assim sendo, foi preciso fazer uma análise do espírito do capitalismo dentro de uma modernidade, onde não careça importar esse racionalismo. Foi justamente num procedimento de interpenetração entre cultura e dinâmica de expansão capitalista, que se germina esse “novo espírito do capitalismo”, dentro de uma modernidade periférica, arrenegado com a legitimação das hierarquias sociais que derivam da concorrência singular no mercado. Sobre a dinâmica desse novo espírito do capitalismo

Na dinâmica da questão pós-weberiana a interpenetração da expansão do capitalismo, a expansão da acumulação capitalista, com a subordinação do trabalho às demandas de produtividade do capital, dependendo de ideologias que justifiquem o engajamento com o capitalismo e que tornem este engajamento atraente (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2002, p. 45).

No entanto Torres (2007, p. 32), quando fala do novo espírito do capitalismo, acredita que “o seu conceito aponta exatamente para esta interpenetração entre cultura e instituições, a qual se dá na dimensão da conduta de vida dos indivíduos e de sua coordenação coletiva”. Tal como Weber (2001) analisou as afinidades entre uma “ética religiosa” e a conduta de vida coerente com a prática de acumulação de capital na fase “nascente” do capitalismo moderno. A crítica ao capitalismo é tão antiga como o próprio capitalismo. E onde não há crítica não há necessidade de justificação, para ele “não há ortodoxia sem heterodoxia”.

É nessa dinâmica que surge o novo espírito do capitalismo, sempre apelando para um regime de justificação diferente ou restabelecendo a legitimidade daquele vigente, para essa nova ordem, foi feita uma identificação com os evangélicos que se convencionou no Brasil identificar os evangélicos a todas as igrejas cristãs não alinhadas ao catolicismo. Neste caso, a identidade evangélica é definida a partir da referência do catolicismo, o que remete às raízes históricas da Reforma Protestante do século XVI na Europa, cujo expoente foi Martinho Lutero. Isto porque o movimento liderado por Martinho Lutero também tinha a Igreja Católica como referência (FIGUEREDO FILHO 2005, p. 28).

No Shopping não foi diferente essa convenção, no entanto, o grande desafio do século XXI é compreender as mutações ideológicas que seguiram as hodiernas transformações do capitalismo, buscando novos focos de entendimento da manifestação de novas representações da sociedade como um todo, com modelos inéditos de pôr pessoas e coisas à prova e, assim, de novas maneiras de ter sucesso ou fracassar, para isso mister se faz legitimar simbolicamente a sua expansão com base numa cultura moderna.

Para isso é preciso concebê-lo em toda a sua dimensão, inclusive buscando espaços de entendimento na periferia, nos aglomerados, nas redes, nas economias subterrâneas e em outros, desarticulando assim, o seu sistema de um racionalismo que veio do ocidente enfocando uma gênese com aparência de capitalismo moderno, mais que isso é necessário situá-lo em instituições modernas, legitimando a sua razão de ser. No tocante à palavra capitalista, com o significado de proprietário de somas mais ou menos consideráveis de bens, há evidente infidelidade de expressão, quando atribuída a proprietário de bens que não são aplicados na produção.

A gênese do capitalismo não deve ser buscada, exclusivamente, em causas materiais, mas, antes de tudo, em suas causas culturais, espirituais, é uma ingenuidade acreditar, como defendem certos adeptos do materialismo histórico, que as ideias são geradas como “reflexo” ou “superestrutura” de situações econômicas”, nesse sentido, dentre outros ele visa postular uma identidade entre os conceitos e seus objeto de conhecimento. (WEBER, 1978, p. 34)

Acrescenta o autor, o tradicionalismo foi o maior entrave com o qual teve de lutar o “espírito” do capitalismo para se impor como força dominante na sociedade, nesse sentido, ele acredita que o ser humano não quer “por natureza” ganhar dinheiro, mais simplesmente viver, viver de modo como está habituado a viver e ganhar o necessário para tanto

2.2 – UM NOVO ETHOS DE CONCEPÇÃO CAPITALISTA

O Shopping Centro Terceirão por apresentar uma maioria de comerciantes que se autodenominam protestantes, para manter essa auto identidade é preciso passar por um constante aprendizado, é nesse ponto que as igrejas se apresentam, como um ponto de intervenção dessa necessidade e, através de seus dogmas, ritos e rituais, se tornam parceiras dessas atividades, assim para compreender: 1) a dimensão daquelas representações; 2) os motivos de suas ações; 3) suas interações subjetivas com determinados signos. Empregamos elementos semióticos, para confrontar com os estudos feitos a partir da obra de Weber (1981) “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, já que ele não considera o chamado “espírito do capitalismo” uma consequência do protestantismo, exclusivamente.

Admite outras causas, mas aponta uma contribuição específica do protestantismo num determinado momento da história para o novo direcionamento assumido pelo capitalismo europeu, cuja tese central parte do princípio de que

os representantes históricos do protestantismo ascético que são, principalmente, os quatro seguintes: “o calvinismo na forma que assumiu na sua principal área de influência na Europa Ocidental, especialmente no século XVII; o pietismo; o metodismo; e as seitas que se derivaram do movimento [ana]batista”. O interesse de autor se concentra “na influência daquelas sanções psicológicas que, originadas na crença religiosa e da prática da vida religiosa, orientavam a conduta e a ela prendiam o indivíduo. (KÜNG, 1999, p. 169).

Levando em consideração o fato de que a propagação do protestantismo local se acha aliada a um espírito mercantil de uma economia informal, percebemos que todos esses aspectos conduzem a um “ethos particular”, dotado de uma concepção capitalista, já que é emanado de uma ética de caráter peculiar, passando a designar caráter pessoal, ou seja, um padrão relativamente constante de disposições morais, afetivas, comportamentais e intelectivas de um indivíduo. Vale dizer, o *ethos* se traduz na maneira de ser habitualmente, no caráter pessoal.

Weber (1991) efetivamente reconhece a existência de diferentes modalidades de capitalismo, desde a antiguidade e em diferentes contextos histórico-culturais. Contudo, no Ocidente, alguma especificidade teria sido decisiva para a origem do capitalismo, com todas as características modernamente conhecidas. E este fator, para ele, era a "Reforma"

protestante, mais especificamente, o calvinismo (ou o presbiterianismo), que teriam um “*ethos*” peculiar para aquela época e naquele espaço por ele delimitado.

Nesse sentido Hüng (1999, p. 169) afirma que o *Ethos* “vai representar, alguma coisa que é aceita como válida e pela quais também outras coisas se orientam, tornando-se assim princípio orientador de toda e qualquer ação tomada e tornada atitude moral básica de uma pessoa ou de um grupo”. No presente trabalho o *ethos* vai designar os costumes e hábitos do local, bem como o comportamento dos comerciantes e das igrejas evangélicas e, de uma forma geral sua cultura, seus valores, suas ideias e suas crenças.

Nesse sentido, Boff (1999, p. 195), vai definir *ethos* como “um conjunto de princípios que regem, transculturalmente, o comportamento humano para que seja realmente humano no sentido de ser consciente, livre e responsável”, assim, além de considerar esse aspecto nitidamente humano, Moser (2006, p. 10), além desse entendimento vê uma relação com o entendimento humano, é tratado como princípio norteador que estabelece um elo entre o ser e a divindade. “*Ethos* lembra ninho, identidade, coerência, consciência profunda, ele remete para a profundidade maior dos seres humanos, lá onde eles se encontram com o divino” e isso explica a religiosidade do local, conclui, ele, tratando-o como ponto de partida para a compreensão do que funda o *humanum*, ou seja, ele é com que o alicerce que sustenta o humano.

Esse entendimento do *ethos* encontrado na cultura local, associando economia informal, religião e na crença de um Deus que ajuda e normatiza as vendas, pois os dogmas das igrejas são colocados de uma forma circular e dinâmica, mesmo considerando a diversidade de filiações evangélicas. “Vemô-lo como a marca primeira do Criador impressa nos seres humanos, como fonte borbulhante e dinâmica, não estática, o *ethos* está na origem das normas e da própria diversidade das culturas e religiões” (AGOSTINI 1993, P. 13).

Essa ação tem reflexo direto no protestantismo que Weber (1991) trata como o primeiro movimento religioso a adaptar-se e adaptar o capitalismo nascente, influenciando-o com sua ética particular, essa adaptação é referente ao escopo teológico criado para posicionar o fiel diante de algum dilema apontado pelo capitalismo, de uma forma geral, como, por exemplo, a geração de lucros, a competitividade, a exploração do homem pelo homem, entre outros.

Para cada questão apresentada pelos comerciantes, as igrejas protestantes tiveram de elaborar respostas a seus fiéis, de modo que eles pudessem compreender a lógica capitalista, sem que isso gerasse grandes conflitos religiosos ou provocasse inquietações e dúvidas quanto à salvação, mostrando qual é o papel de cada um nesse mundo, além de preencherem a sensação de esvaziamento de significados que a lógica capitalista pode proporcionar ao fiel, dando ferramentas para que ele possa atuar no sistema sem constrangimento para o seu espírito.

2.3 – OS PROTESTANTES E AS NOVAS ABORGAGENS SOBRE ECONOMIA E RELIGIÃO.

Desde que Max Weber lançou a sua obra “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, os economistas estrearam uma extensa contenda sobre a inter-relação entre economia e religião, foi preciso um amadurecimento acadêmico para estabelecer determinados parâmetros que não o tornasse reduzida a conceitos secundários. Mill (1987, p. 17) ressalta “o fato da igreja se encontrar associada a uma educação primária, bem como do poder de influência, que isso lhe dá, sobre os desejos involuntários, como ele próprio ressalta”.

Por outro lado, a psicologia na medida em que define o homem como um misto de genética e convívio social, sustenta essa tese, no entanto, a igreja tem de certa forma influenciado a opinião pública e o poder de julgamento desta, direcionando assim, as ações de grande parte da população. Max (1978) quando questiona se a igreja influencia as atitudes humanas ou vice-versa, o trata de forma menos importante, porque para ele o que realmente importa é o papel social apresentado, nesse contexto, apresenta uma série de relatos onde tenta mensurar as reações humanas.

Essa situação muda quando comparado o protestantismo com o catolicismo quando confrontadas em situações em que a religião está inserida no contexto e nos locais onde não está, apresenta sempre desdobramentos diferentes, deixando claro que, a ideia de que o protestantismo é melhor para o crescimento econômico do que o catolicismo (BIMBAUM & GERTRUDES, 1969, p. 94-95).

Mill (1987, p.36) compara o socialismo com o cristianismo, ressaltando que “ambos tiveram como objetivo de ajudar os oprimidos, processo que resulta na transformação de uma religião de minoria para uma de maioria, porém, em contrapartida estimulou os oprimidos a se rebelarem e a esperarem pelo paraíso da eternidade, neste aspecto surge o socialismo como solução na terra para a classe dos oprimidos”, acreditando ele, na importância da igreja como ferramenta de influência na sociedade, concluindo que, há uma relação muito própria entre economia e religião, no sentido de uma influência recíproca, fato que tem sido desprezado em estudos abalizados. Suas pesquisas reforçam a ideia de Weber (1987), quando ele defende a tese de uma influência religiosa muito grande em diversos contextos históricos, tais como a Índia e a China.

2.3.1 – O Processo de Secularização

Interessado em ressaltar o sentido original do conceito de secularização, Pierucci (1996, p.23) chama atenção para o seu uso, “pois frequentemente as pessoas se apropriam do termo, sem saber de fato do que estão falando, para ele. Modestamente, minha proposta hoje me parece menos resignada e, além disso, mais viável”. No seu entendimento não se pode abrir mão da secularização, nem teórica, nem prática, nem terminológica, nem existencialmente, urge, isto sim, que cada um se esforce por saber do que está falando.

Sobre a secularização Oro (1996, p. 15), acredita que “seria o projeto resultante do trabalho da modernidade sobre a religião”, assim para ele, na medida em que ocasionaria o desaparecimento desta última ao apostar na onipotência da razão e da ciência que garantiriam o sentido da vida humana.

Preferimos visualizar a expressão sob uma ótica menos evolucionista e mais contextualizada dentro de uma sociedade que gera contradições sociais formidáveis e que “a secularização não consiste no desaparecimento da religião confrontada à modernidade: é o processo de reorganização constante do trabalho da religião numa sociedade estruturalmente impotente de preencher as expectativas que ela deve suscitar para existir como tal” (HERVIEU-LÉGER, 1987, p. 227).

Nesse aspecto, a secularização é direcionada enquanto mudança e reorganização do campo religioso. Quando comparadas as considerações acima, retomamos aos estudos de Pierucci (1996), quando para ele, Weber (2004) concebia a sociologia da religião fundamentada na secularização, e como tal um projeto de viabilidade e necessidade sem precedente, para isso ele vai se referir ao termo, como algo dado, reconhecido e incontestável,

considerando a secularização como um dado objetivo, por isso ele analisa ao invés de projetar o futuro.

Como se vê, o campo semântico da palavra nos dá uma série de maneiras distintas de interpretá-lo, havendo uma diversidade nas formas como a igreja e setores anticlericais lidam com o conceito. Figueredo Filho (2005), chama atenção para a importância de se observar ainda que secularização é um daqueles termos que carrega consigo um vasto campo semântico. Preocupado com fato do conceito não se perder, no tempo e no espaço, e como consequência, perder os sentidos ideológicos que usualmente lhe atribuem. Berger (1996, p. 34) redefine-o

por secularização entendemos o processo pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religiosos” e acrescenta que o processo de secularização na disputa ideológica se caracteriza pelo peso valorativo que ganha. Considera que as sociedades constituídas lidam com a ameaça frequente do mal, das catástrofes, do sofrimento, da morte, do caos e, para que haja legitimações religiosas, faz-se necessário dar explicações convincentes. Em outros termos, quando esta racionalidade religiosa não responde, não confere sentido e não explicam os porquês que a sociedade questiona, esta entra em colapso

E assim, a secularização, acontece quando a religião deixa efetivamente de ser fator de integração e normatização da vida social ou, quando a religião controla uma sociedade determinada, utilizando para isso os seus dogmas e conceitos de fé, nesse caso, a secularização se dá quando a vida econômica é regida por leis próprias e a ordem política se caracteriza pela intervenção das igrejas na unidade estatal, conduzindo a uma situação de pluralismo. Não existe um tipo de religião absoluta, capaz de impor as demais religiões e a toda sociedade seus valores e plausibilidade, dessa forma os seguimentos religiosos se submetem ao mercado. Ai funciona a lógica da competição do mercado econômico, onde a clientela é cativada para consumir o produto oferecido.

A diversidade religiosa é, portanto, típica das sociedades secularizadas Parece-nos plausível afirmar que sociedades secularizadas têm na diversidade sua marca. Quando deixa de existir uma religião absoluta que dita o comportamento, a cultura, a economia, os sentidos simbólicos e as mitologias, há claros sinais de secularização. Trata-se de secularização quando deixa de existir uma religião oficial e absoluta sobre a ordem social, quando outros sentidos são dados à teodicéia. A cultura secular não religião. (FIGUEREDO FILHO 2005, p. 39)

Assim, no Shopping Terceirão, por um lado a demarcação do espaço religioso apresenta-se, com um caráter particular, intimista, emocional e subjetivo, de outro, como um espaço político social, coletivo, racional e concreto, tão tênue, que por vezes estas demarcações dão ocasião a paradoxos e surpresas. Assim, embora tenha preferido uma reflexão weberiana, Berger (1996) como modo de entender o fenômeno religioso, também argumenta sobre a possível dessecularização das sociedades, evidenciado pela proliferação religiosa e apontando também para uma diversidade da mesma, como consequência natural do fim do monopólio dessa legitimação em uma sociedade secularizada e plural.

2.3.2 – Um Novo Movimento Protestante

O Pluralismo religioso tem-se declarado como uma das peculiaridades do mundo atual, a firme revelação de novos movimentos, ao lado das crenças tradicionais, tem de certa forma convertido o cenário da secularização, em meio a duas correntes que vão instituir novos modelos de pregação, principalmente nas denominações evangélicas; primeiro, a teologia da prosperidade; depois, a guerra espiritual, que vão surgindo como base e formando novos cultos, nas suas diversas correntes.

As igrejas encontradas nas atividades do Shopping, pregam aos comerciantes a inclusão social, com a promessa de recompensa material e esse processo de reinar com Deus e desfrutar de suas riquezas e do seu poder, alimenta a autoestima dos comerciantes, que cada vez mais buscam nas igrejas o conforto espiritual e material e nessa dualidade observa-se que de um lado as igrejas precisam sobreviver, para isso usam esse discurso onde a transcendência apareça com toda a sua força simbólica e, do outro, as pessoas precisam dessa magia para enxugar os seus prantos e amenizar suas dores.

Assim, a religião e a magia são ajustadas como partes de um mesmo procedimento, no qual o homem é o agente principal, pois a religião existe fluentemente com uma formação teórica, que seria determinada por uma representação-explicação do mundo e sob um aspecto mais prático e mais direcionado com uma influência marcante da ação mágica e ritual sobre o real e, nessa dualidade estariam os aspectos mais significativos do estudo.

Essa dualidade para Weber (2005) apresentaria um antagonismo bem determinado pela ciência, para ele, a religião é possuidora de uma ética salvadora institucionalizada e intelectualizada e, magia, se distingue daquela pela busca pressurosa da pujança na relação com a divindade num mundo marcado pela irracionalidade, e, ainda se procura subordinar os deuses. Seria, assim, a antítese da religião, pois nesta se aceita um Deus que premia e castiga, numa clara subordinação do fiel à divindade:

A distinção entre religião e magia gerou na obra de Weber o conceito de desencantamento do mundo, ou seja: a vitória da religião sobre a magia, dominadas pelos tabus. [...] como processo que leva a religião ser *desmagicalizada*, na medida em que ocorre a subtração das práticas mágicas por uma ética intelectualmente construída. [...] Há de se reconhecer também que, ainda assim, as religiosidades permanecem “eivadas de tabus e práticas mágicas”. (PIERUCCI, 2001, p. 55)

A matriz religiosa brasileira encontra uma espécie de auto incriminação positiva, já que nela encontramos de modo subjetivo a pobreza, a doença, as agruras da vida, onde os sofrimentos dos cristãos são tidos como resultado de um fracasso, por sua falta de fé ou de uma vida em pecado, portanto, a eficácia dos discursos passa a ser um objetivo comum a todas as instituições religiosas, baseado naquilo que estabelece o mercado secular.

Nesse aspecto as igrejas funcionam na mesma linha do comércio em geral, onde os líderes religiosos se tornam uma espécie de gerente empresarial, assim deve liderar seus comandados e apresentar resultados, tais como: crescimentos dos obreiros, aumento do patrimônio da igreja, enquanto cabe as lideranças cobrar esse desempenho, estabelecendo alvos numéricos a serem atingidos pelos agentes e isso estimula a competição. No Shopping Terceirão, essa competição é bastante acentuada, tanto em relação aos comerciantes, quanto às igrejas que participam das prestações no local.

Assim nos lugares onde várias convicções religiosas precisam conviver lado a lado, a questão da organização se torna mais complicada, pois para atrair mais fieis é preciso muitas vezes, romper com as tradições locais de culto, já que determinadas congregações são rigidamente organizadas e estruturadas para uma determinada linha de pensamento e credo religioso e, a forma como isso é feito precisa de habilidade para adequar religião e economia informal num mesmo patamar.

Para ajudar nessas tarefas algumas igrejas, excetuando-se algumas religiões primárias, possuem “funcionários” próprios para essa tarefa e outras de cunho religioso, cada um com deveres religiosos diferentes, mas todos são considerados líderes e têm um status superior especial, ali nem sempre é levado em consideração apenas o aspecto intelectual, envolvem além desses, as emoções e a capacidade de pensar, que são essenciais na vida humana.

Nesse sentido, eles são capacitados principalmente para apresentarem uma linguagem metodológica nos discursos religiosos e aprendem a utilizar um planejamento estratégico bem estruturado, dentro dos padrões da mais moderna cultura econômica e comercial, como consequência, nasce um mercado totalmente voltado para o público evangélico, assim, a linguagem

nunca é inocente. As palavras têm uma memória segunda que se prolonga misteriosamente no meio das novas significações. Todas as marcas escritas se precipitam como um elemento químico no início transparente, inocente e neutro, no qual a simples duração faz aparecer a pouco e pouco todo um passado em suspensão. Toda uma criptografia cada vez mais densa. (BARTHES, 1984, p.22).

Em relação aos significados dessa linguagem, os consumidores evangélicos tornam-se alvo principal desse processo de organização, sendo criado um *marketing* especial para satisfazer os desejos desses consumidores, enquanto as instituições religiosas criam mecanismos para manter esse público fiel aos seus empreendimentos, para isso passam a usar uma linguagem específica nos seus cultos.

Por outro lado, as igrejas tendem a criar um mercado evangélico que passa a representar uma fonte alternativa de renda e de trabalho para o crescente número de desempregado vinculado às igrejas, como podemos destacar na matéria publicada no jornal O Estado de São Paulo.

A palavra de Deus começa a ser uma boa fonte de negócio no Brasil. Calcula-se que o rebanho de evangélicos no País já supere 35 milhões de pessoas com necessidade de consumo iguais às que têm qualquer outro simples mortal. (...) Levantamento da Associação Brasileira de Escritores Cristãos (ABEC) mostra que, a cada ano, 2,5 milhões de pessoas se tornam evangélicas no País. Somente para leitura de publicações com essa orientação religiosa, o mercado potencial brasileiro é de 15,3 milhões de consumidores. Em 1995, foram lançados no País, 282 títulos de bíblias (sic), livros, jornais, revistas e outras obras que, somadas às 621 reimpressões feitas no ano passado, elevaram esse tipo de produção a 903 títulos. No mundo fonográfico, há numerosas empresas que começaram a prosperar. A

Bom Pastor, uma editora que também grava e distribui obras musicais, vende mais de 1 milhão de discos por ano¹.

Outro dado relevante, também a nível nacional, encontra-se na reportagem da revista Veja, em 2002, após a divulgação dos dados do censo brasileiro que indicou o crescimento da população evangélica “somando tudo – de CDs, a bares e instituições de ensino -, o mercado impulsionado pelos protestantes movimenta três bilhões de reais por ano e gera pelo menos dois milhões de empregos”². Com esse perfil os evangélicos retratam a visibilidade alcançada por este segmento junto aos comerciantes do Shopping Terceirão, ampliando cada vez mais a sua presença, como consequência de todo um processo de modernização das igrejas evangélicas, no sentido de dar um cunho prático as suas pregações e, isso vislumbra a promoção e as transformações do cenário religioso naquele local, enquanto isso os comerciantes acabam absorvendo esses valores como ideais de vida e buscam a posse e o consumo como sinônimo de felicidade.

2.3.3 – Uma Nova Lógica para o Consumidor Evangélico

A religião manifesta-se, para análise, como fato, representação, revelação, tradição ou fenômeno. Nesse leque conceitual há um cerne aglutinador constante, o poder. O poder religioso, no sentido amplo, justifica-se sob o sagrado e se materializa na instituição hierarquizada. A expressão simbólica deste poder é ornada no discurso religioso e no espaço monumental das edificações religiosas.

Nesta interação da religião com a dinâmica do mundo concreto, o pensamento de WEBER (1993) indica uma relação entre ideias e interesses. Na era da globalização, de um mundo sem fronteiras, onde a sociedade de consumo assume um lugar de destaque na economia, o capital vem conseguido criar e recriar localizações e espaços de varejo que propagam constantemente, a ideologia da melhor qualidade de vida, com o propósito constante de substituir a diversidade pela padronização.

¹ Publicado no caderno B de economia, do Jornal O Estado de São Paulo, no dia 15 de setembro de 1996, p.10. EVANGÉLICOS DESPERTAM INTERESSES DE EMPRESAS

² Publicado na veja On Line, em 3 de julho de 2002, A FORÇA DO SENHOR, disponível em: <
HTTP://WWW.veja.com.br/030702/p_088.html>. Acesso em 25 de abril de 2009.

No entendimento da cultura do mercado, quem consome bens e serviço é cidadão, enquanto na lógica da cultura evangélica, consumir bens e serviços religiosos é ser cidadão do reino de Deus. Nesse caso, o consumo não é apenas uma ação que responde a lógica de mercado, mais que isso, constitui um elemento produtor de valores e sentidos religiosos. No Shopping Terceirão, encontramos diversos símbolos religiosos nos boxes de vendas, indicando a presença da igreja naquele local. Nesse sentido, Calissi (2002, p. 41), em relação ao valor simbólico dos produtos consumidos pelos Cristãos, assim se expressa

“Cristão” é hoje uma logomarca. Essa logomarca leva o consumidor Cristão a sentir o desejo de consumir o produto. Temos o telefone Motorola, Nokia, LG, mas o aparelho que é destinado para esse mercado, com mensagem bíblica, palavra, música (Há seis opção de hinos para a chamada)...o cristão em si gosta de tudo o que é relacionado ao seu mundo, o atrai...Hoje se fala de crises pelas quais as pessoas passam no que diz respeito à parte financeira. No religioso, por poupar, ou porque ele economiza, o consumidor investe naquilo que dá retorno para ele e para a família: tem um valor religioso, o valor simbólico do produto.

Os consumidores evangélicos acolhem positivamente aos convites dos líderes religiosos, apreendem que os artigos comprados são consagrados por Deus e para Deus, sendo muito corriqueiro decalques que interatua com a sugestão das igrejas, são frases do tipo “Propriedade Exclusiva de Jesus”, “A Serviço do Rei”, “Quem tem Jesus, tem Tudo” “100% Jesus”, “Foi Jesus quem me deu”, almejando dessa forma testemunhar que o bem consumido tem um caráter Cristão, mostrando que ao comprar o bem é sinal da benção de Deus em sua vida. O mercado, para ele, funciona como uma espécie de retaguarda para algo que é considerado maior - o cultivo da fé - quando se coloca “consumo” e “cristão” junto parece que dá uma pane, mas na verdade

a gente compra roupa, a gente vai a supermercado, a gente vai a lojas, shopping...todo mundo vai, cristão ou não cristão. Todo mundo vai ao cinema, compra televisão, micro-ondas...porque não pode comprar uma bíblia, um CD, um vídeo, segmentado, que está de acordo com sua fé? Então a gente ta lidando com uma questão conceitual aí. Na verdade ele já faz tudo isto, só que a gente ta falando: “Olha, consumir não é pecado” (GALISSI, 2002, p. 42).

O consumo religioso cristão desenvolve a fé externa como um valor simbólico para as pessoas, quando são externadas por meio de uma linguagem apropriada, de um marketing

institucionalizado, de um cuidar em relação ao sujeito³ ou de apelo nas comunicações orais. O que marca o novo mercado cristão pode ser representado pelo lucro e pelo sucesso nos negócios, por parte dos comerciantes e o valor atribuído nos sinais que marca as ações de Deus na vida de cada um.

Já os consumidores e os empresários cristãos, são interpretados como um segmento de mercado que deve seguir a lógica do mercado e de modernização, a partir da ética cristã e o fato dos cristãos terem se tornado um segmento do mercado, em todos os níveis sociais, pode ser facilmente identificado no dia-a-dia das sociedades de consumo.

Nesse sentido, a pós-modernidade provoca o surgimento de uma nova religião e de uma nova ética, para tanto, mister se faz, compreender os valores e as nuances da cultura pós-moderna, no intuito de modelar esses consumidores, os seus novos valores sociais e individuais e criar mecanismos que dê uma resposta convincente as mudanças que esse comportamento provoca.

Na economia e direitos na sociedade do Shopping Centro Terceirão, existem trocas que se estendem as coisas economicamente úteis, percebeu-se que na circulação de gentilezas existe uma reciprocidade, ou seja, existe uma prestação sempre vinculada subjetivamente a uma contraprestação, por exemplo, as igrejas oferecem apoio espiritual e social, em contrapartida recebem os dízimos, com a ideia de que o ato de entregar ou contribuir permitem aos fiéis receberem recompensa. A circulação dos produtos e o mercado informal aparecem como termos de um “contrato mais geral e permanente”, de caráter sagrado.

Por outro lado, Eliade (2001, p. 34), deixa claro que o sagrado pode manifestar-se em pedras ou árvores, por exemplo. Mas, não se trata de venerar a pedra como pedra, nem a árvore como árvore, mas elas são adoradas porque revelam algo, revelam uma força que é superior ao homem. Dessa forma o sagrado se manifesta através do dízimo, numa relação simbólica de “dar e receber”.

Nessa revelação o homem é remitido com prosperidade financeira e acúmulo de bens. Na tradição protestante luterana, a prosperidade assim obtida, é vista como sinal da benção de

³ Normalmente, entende-se por sujeito o indivíduo que é capaz de agir por si mesmo, isto é, capaz de pensar, decidir e atuar conforme a sua própria decisão. Sendo assim, a subjetividade engloba todas as peculiaridades imanentes à condição de ser sujeito envolvendo as capacidades sensoriais, afetivas, imaginativas e racionais de tal pessoa

Deus para com o fiel. Em todas as religiões podem ser observadas manifestações do sagrado, pois elas comportam um simbolismo, revelam ao homem um poder superior. Diante desse poder “revelado” o homem reconhece sua “inferioridade” e “dependência”.

Todo esse processo de enfrentamento, de encantamento, da igreja participando de atividades mercantis, da forma como os comerciantes do Shopping Terceirão absorve esse novo modelo, nos leva a refletir sobre as Ciências das Religiões na contemporaneidade, quando nos deparamos com novos elementos que assinalam a complexidade desse campo, ao mesmo tempo em que, se verifica que a mesma tem sido marcada por profundas e significativas transformações, como trabalhar com os personagens que são os atores sociais definidores do próprio fenômeno religioso.

Na vertente evangélica, por exemplo, houve o surgimento de inúmeras denominações, que passaram a desafiar os pesquisadores da religião não apenas quanto às filiações tipológicas convencionalmente estabelecidas, como também no sentido de se entender os elementos mais profundos que sustentam práticas que permanentemente se recriam. Precisamos assim, ficar diante do objeto de estudo em condições de entendê-lo e explicá-lo.

2.4 – A ECONOMIA INFORMAL

De uma maneira geral o crescimento da informalidade na economia, é assinalado por uma quantidade significativa de atividades mercantis que operam a margem da economia oficial, fazendo com que o cultivo de riquezas fique fora das estatísticas que procuram identificar e compreender o fenômeno de uma economia informal possa ter um vertiginoso crescimento, em detrimento das questões sociais dela decorrente e, ainda, colocar em “cheque” o sistema estatal de fiscalização e arrecadação tributária.

É pacífico o entendimento de que esse tipo de economia sofre uma grande influência do processo de globalização, mesmo desconsiderando outros processos e considerando um meio pelo qual a indústria da pirataria dá escoamento a sua produção. O termo “globalização” pode até ter uma designação imprecisa e vaga, no entanto, o seu uso se faz necessário quando se trata de designar uma nova etapa do desenvolvimento do sistema capitalista.

É nesse sentido que o setor informal, por acolher uma grande parcela de emprego e rendas, é considerado uma saída dignificante para aqueles que procuram um meio de sobrevivência no meio de um código parcimonioso nem sempre adequado a todas as pessoas, por isso faz jus a uma atenção maior por parte dos pesquisadores e gestores de políticas. Conforme preconiza os estudos de Maloney (2003, p. 19), ao afirmar que, “na América Latina, esse setor representa entre 30% e 70% da mão de obra urbana”.

A economia informal se cobre de distintas formas no tempo e no espaço, por isso optamos por caracterizar essa atividade partindo da mesma conceituação estabelecida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que considera empresa informal aquela que não tem um sistema de contas claramente separado das contas da família e emprega de umas até cinco pessoas, incluindo empregados e pequenos empregadores. A firma pode até ter CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), mas, se não tiver sistema de contabilidade próprio, é informal. Para o estudo foi relevante saber como era realizada a dinâmica dessas representações.

No Shopping Terceirão, os comerciantes tomam a iniciativa de organizar suas atividades na produção ou circulação de bens e serviços, geralmente organizam as suas atividades individualmente, encontramos raros casos em que essa organização é feita em conjunto, formando uma sociedade “atípica”, já que lhes falta o enquadramento nas normas vigentes no direito brasileiro, na verdade eles editam normas consuetudinárias para desenvolver as suas atividades.

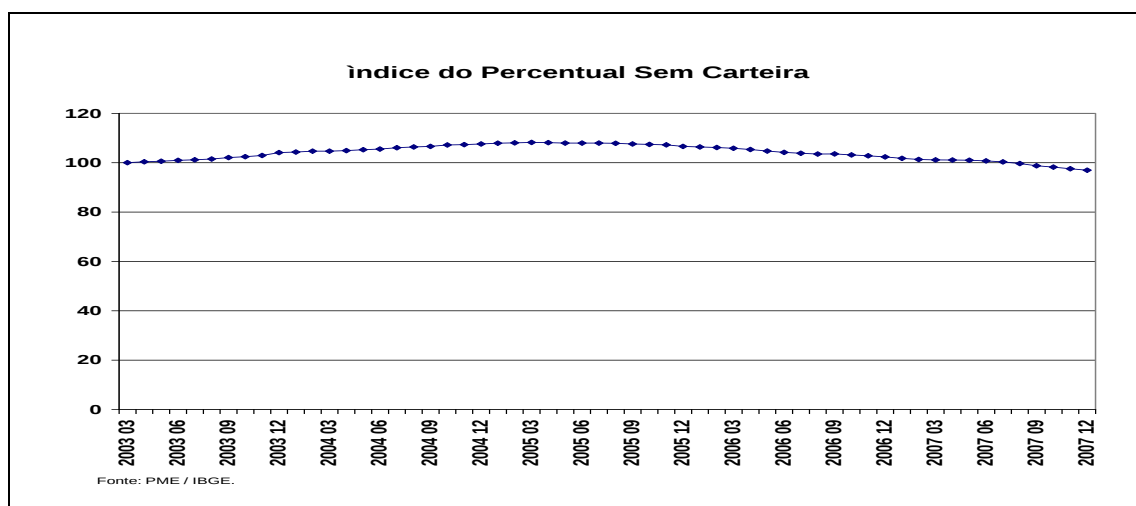
Aqui eu e, mais dois amigos se juntou para melhorar os nossos negócios, não temos nada assinado, é tudo de boca, um compra, um vende e o outro se encarrega de fazer a contabilidade, é assim que funciona cada um na sua missão, mais todo mundo ajuda todo mundo, entra as mulheres, filhos noras, afinal todos precisam disso aqui para viver. A gente até gostaria de pagar os impostos, mais a gente não pode, é muito dinheiro. O nosso contrato é com Nosso Senhor Jesus Cristo, tudo se pode naquele que nos fortalece. (J.M.S., comerciante do Shopping, 56 anos)

De um modo geral, a economia informal é ostentada como algo “não legal”, que não está devidamente registrada como atividade econômica. No entanto há casos em que a economia formal abre postos de trabalho informais, como acontece com algumas empresas registradas, em que parte de seus trabalhadores não possuem carteira assinada, assim, o

“informal” não é mais visto como atraso e pode-se considerar que a sua proliferação, é consequências de uma modernização técnica e econômica, com efeitos sócio espaciais diferenciados.

Parece ser a lógica do capitalismo moderno aliado à ideologia neoliberal: a concentração cada vez maior dos meios de produção e das riquezas, submetendo àqueles que se encontram à margem do processo, a buscar sua sobrevivência nos guetos das atividades econômicas informais. O percentual de trabalhadores sem carteira assinada permite medir o grau de informalidade no mercado de trabalho, assim, quanto maior a proporção de profissionais sem carteira, maior será a dimensão da economia informal (v. gráfico 1)

Gráfico 1 – Índice do Percentual de pessoas sem carteira assinada (período 2003/07)



Essa dimensão associada à falta de um ajuste entre o texto legal e a realidade que deveria ser regulada, gera uma economia considerada “subterrânea”, apesar de ser tão visível ou “informal” mesmo tendo uma gama de formalidades. Na década de 1980, as autoridades atribuem o crescimento da informalidade a ausência de uma legislação eficiente, tendo o governo nesse período, proposto um novo ordenamento jurídico para essa matéria, no entanto não causou o efeito esperado, porque o mesmo foi ineficiente para lidar com assuntos que sua essência social, foge do seu controle.

De um modo geral toda atividade econômica insere-se necessariamente num contexto social e, assim essa falta de regulamentação gera custo tanto para o governo, que se torna

ineficaz nessas ações, quando para os próprios comerciantes que não cumprem com suas obrigações sociais (fiscais, trabalhistas e previdenciárias), causando problemas sociais que ele mesmo representa. Para Braga (2006, p.7) essa economia informal

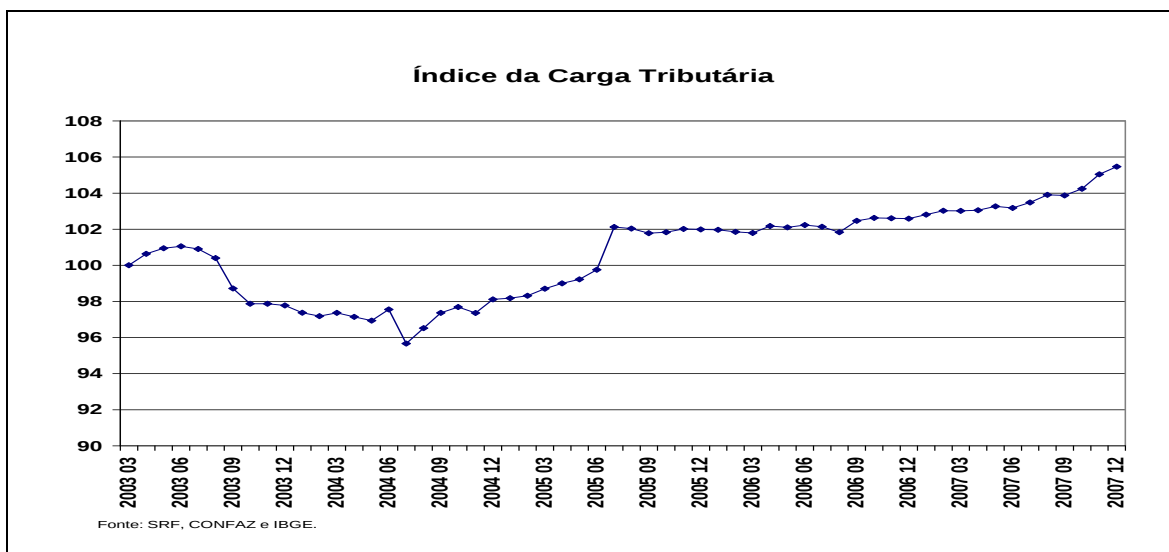
corresponderia a atividades na qual a ausência de regulamentação governamental constituiria um dos aspectos mais importantes de identificação, e a **inexistência de carteira de trabalho** (grifo nosso) assinada ou contribuição para o instituto de previdência social seria o elemento identificador da ocupação informal.

Segundo Tokman (1987, p. 13), o fato do não cumprir as normas vigentes, “na verdade é o resultado de atuar na economia informal e não sua causa, portanto nem todos que não respeitam a legislação existente podem ser considerados atores da economia informal”. Essa interação entre os indivíduos e a sociedade em relação ao cumprimento de normas vigentes, vai dar lugar a um direito consuetudinário, ou seja: a um direito não escrito baseado nos costumes. Assim, quando as instituições

são definidas como o conjunto de regras que articulam e organizam as interações econômicas, sociais e políticas entre os indivíduos e os grupos sociais, e cujo cumprimento pode ser voluntário ou coercitivamente imposto pelo Estado, podemos imaginar a existência de regras não escritas (common law, na tradição anglo-saxã). Nessa perspectiva, a abordagem de De Soto pode ser vista como diagnosticando a crise de certa forma de institucionalidade (instituições ineficientes) e a necessidade de dar reconhecimento legal a direitos e instituições que hoje teriam uma normativa extralegal, especialmente no que concerne aos direitos de propriedade. (RAMOS, 2007, p. 126)

O autor ainda discute os atrativos proporcionados pela informalidade, acredita que o ônus associado aos encargos sociais (v. gráfico 2) do trabalho tende a produzir um incentivo à sua sonegação como forma de redução de custos e aumento, ou manutenção, de margens de lucros, particularmente, em tempos de retração da atividade econômica, no caso específico dos comerciantes do Shopping Terceirão, esse incentivo é reforçado pelas igrejas evangélicas que visitam o local e pregam uma fé associada aos bons resultados de suas vendas.

Gráfico 2 – Índice da carga tributária no Brasil (período de 2003 a 2007)



Fonte SFR, CONFAZ, IBGE

Diante desse contexto, De Soto (1987) nos seus trabalhos sobre a economia informal, passa responsabilizar o Estado pelo crescimento dessa economia e ganha notoriedade entre pesquisadores e estudiosos, vindos posteriormente ganhar novas nomenclaturas, como a preconizada por Pampola (2001, p.24) que a conceitua também como “economia subterrânea e consistem em atividades econômicas não-registradas, não declaradas ao Estado, extralegais, porém socialmente lícitas”, com isso estabelecemos uma nova abordagem sobre o tema.

Sanches (2008, p. 37), fala dessa nova forma de abordagem nas ações dessa economia “esta nova forma de se abordar a economia informal, busca apresentá-la como algo ligado à clandestinidade do emprego e a tentativa de burlar a legislação fiscal”, no caso dos comerciantes essa clandestinidade e esse enfrentamento às normas vigentes, encontram guarida no entendimento de que essas infrações são de cunho jurídico, mas, não sociais, o que para eles não vão de encontro aos ensinamentos bíblicos, já que está em jogo a sua sobrevivência.

Segundo Fagundes (1992), essa nova abordagem tem como consequência aquilo que De Soto (1987) afirma que vai dar um novo sentido à economia informal, quando vê um deslocamento de responsabilidade (passa a ser estatal) na sua proeminência essa nova aceção dado à economia informal, demonstra um deslocamento do próprio objeto a ser pesquisado, nas interpretações anteriores

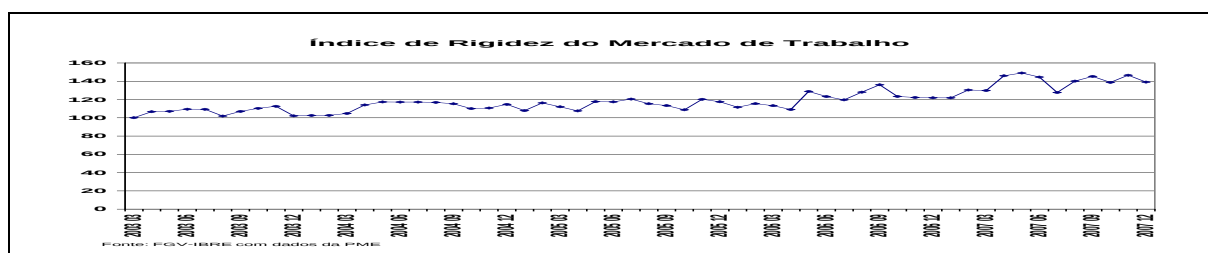
era decorrência da natureza não capitalista do pequeno empreendimento, no sentido em que, na maioria dos casos, estes não buscavam o lucro e sim meios de subsistência de seus afiliados, anteriormente não havia confusão entre ilegalidade e economia informal, porém essa nova abordagem mostra que o tamanho da empresa informal não mais importa, o importante é a forma de defini-la.(SCOTT, 2003, p. 4)

O País tem informações dessa economia que foge dos impostos, não tem registros oficiais e representa quase 50% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Entre os países em desenvolvimento, esse mercado representa 40% do produto nacional dessas economias. Já entre os países ricos, a taxa cai para 17% do PNB (Produto Nacional Bruto). A sonegação alcança, em média, 30% (trinta por cento) do PIB, segundo dados da Coordenação de Fiscalização da Receita Federal. (CFRF).

Mesmo com esses dados de caráter quantitativo, percebemos quando adentramos na economia informal, a existência de uma crise institucional que se instala nas cidades brasileiras, justificada pela presença constante de novos elementos conceituais nessa economia, destacando-se o seu desdobramento em dois segmentos; formal e informal, o que começa a provocar uma cisão social, fazendo com que o Estado tente com esse tipo de organismo, dar um cunho mínimo de normatização jurídica e, reconheça em pequena escala àquela atividade paralela, já que cobra um imposto diferenciado, pela permanência deles no local.

Outro aspecto a ser considerado é a rigidez no mercado de trabalho, (v. gráfico 3) ocasionada por um excesso de encargos, leis e regulamentações dificulta e/ou encarece a contratação. Logo uma economia muito regulada estimula o crescimento da economia informal, que é mais flexível e, por isso responde de forma mais rápida

Gráfico 3 – Índice de rigidez no mercado de trabalho (período de 2003 a 2007)



Fonte: FGV-IBPE – com dados do PME

Na economia informal o Estado tem certo controle nas suas ações, o que não ocorre em relação à informal, pois conforme destaca Scott (2003), apud Portes (1995) “quanto mais o estado tentar intervir na economia informal, mas ela irá se refugiar nos subterrâneos para evitar esta intervenção”. Assim, a economia informal, é uma resposta construída pela sociedade civil para uma interferência indesejada do Estado. A relação entre economia formal e informal tinha a conotação de que elas eram estabelecidas através de renda e de mão-de-obra, não havendo outras dimensões em que elas pudessem ser levadas em consideração, no entanto a inter-relação

entre os dois polos da economia: formal e informal, se dava apenas por meio de um fluxo de renda e trabalho, ou seja, a economia formal fornecendo renda e a informal mão-de-obra. Neste sentido, a segunda seria constituída de uma série de atividades que se dariam sob o setor moderno, não havendo grandes relações entre eles a não ser as já mencionadas. Ela sobreviveria em espaços em que o setor moderno não encontraria grandes vantagens em operar, pois a lucratividade não seria atrativa para a grande empresa capitalista. (RAMOS, 2007, p. 13).

Essa crise institucional entre o Estado e os comerciantes da informalidade, provoca abertura para um outro campo entrar em ação – o campo religioso – que é constituído socialmente por atores que dão significado a ele e dele recebe significado, neste aspecto o protestantismo é mais eficiente, pois utilizando os instrumentos de doutrina e controle dos fiéis, usando uma linguagem apropriada, invocam a chamada “vontade de Deus” para explicar as relações pecuniárias no comércio informal e dela fazerem parte a existência

de um código introjetado no inconsciente dos fiéis que determina um modelo ideal de representante: estabilidade financeira, eficiência profissional, exemplo de vida familiar, opção política e teológica conservadora, rigorismo disciplinar, espírito anticatólico, centralidade de poder, elitismo e símbolos de *status*. (SOUZA, 1998, p. 23)

Essa entrada do protestantismo no mercado informal vai dar ao trabalho um sentido de ascese, uma ruptura com a tradição cristã, que separava a vida espiritual do mercado, ratificando o pensamento de Weber (1981) de que a recompensa pelo trabalho passou a ser entendida como um sinal de cumprimento do dever espiritual e da escolha divina. É nessa relação que abordaremos o próximo capítulo.

CAPITULO 3

3. METODOLOGIA

Escorado no aparecimento de leis subjacentes as condutas sociais e religiosas, o trabalho procurou inicialmente investigar, colher, para poder classificar as informações que fossem compatíveis com os sujeitos e objetos de estudos no Shopping Centro Terceirão, assim procurou delinear a diversidade e seu o padrão de cultural, para poder mostrar a descrição das crenças, magias e simbologias dentro de uma organização social cominadas por algumas igrejas evangélicas aos comerciantes do local, bem como descobrir o significado que os membros do grupo atribuem às suas práticas e ações.

Assim sendo, a etnografia foi introduzida neste trabalho pela sua natureza, que privilegia micro estudos de unidade, ou atividades de grupos bem delimitados, que são mais compatíveis do que macro grupos com multiplicidade de interações. Guiado pelas observações elegemos dados mais significativos para compreender os padrões de conduta e os processos sociais detectados no interior do mercado popular, neste aspecto o estudo etnográfico

incluiu em suas análises o contexto sócio histórico dos objetos de pesquisa, procurando compreender não só a dinâmica micro estrutural (ambiente, comportamentos e outros), mas também a macroestrutura social (Estado, poder e outros). Essas orientações fizeram-se presentes nas pesquisas realizadas no Brasil nos anos 80 (GARCIA, 2001, p. 37).

No estudo a etnografia se caracterizou pelo traço ou reconstrução do grupo, permitindo fazer registro dos fenômenos singulares encontrados para poder recriar as crenças, descrever as práticas e o simbolismo e, dessa forma revelar comportamentos, interpretar os significados e as ocorrências nas interações sociais entre os membros do grupo em estudo, isso porque a interação direta com as pessoas na sua vida cotidiana pode auxiliar a compreender melhor suas concepções, práticas, motivações, comportamentos e procedimentos e os significados que atribuem a essas práticas participativas.

O espaço amostral do estudo contou com a participação de vendedores que se diziam evangélicos no Shopping Centro Terceirão e, líderes evangélicos que participavam indiretamente das atividades mercantis, no período de outubro de 2008 a novembro de 2009, para tanto procuramos interagir com os sujeitos, buscando partilhar o seu cotidiano e assimilar os mecanismos que norteiam o homem total ali inserido procurando saber o seu comportamento naquele local geometricamente circunscrito, quando se põe em questão os seguintes problemas: 1) da espacialidade; 2) da consciência; 3) da religiosidade.

Para apreender o ponto de vista dos sujeitos foi imperioso o convívio durável com os membros da sociedade mercantil investigada, observando in loco os fatos, que levaram a uma compreensão de “dentro”, fazendo emergir o fenômeno de uma relação entre fé, mercado e participação da igreja no comércio informal, confirmada através das entrevistas realizadas. A presença do pesquisador no grupo, ocupando um lugar inexistente, participando dele como um membro natural para colher os significados contextualizados e captar a realidade complexa

Subsistente em particularidades, apreender o ponto de vista dos membros, tendo presentes todos os aspectos éticos que as revelações e confidências dos investigados implicam. Em campo, as hipóteses e os problemas presuntivos, que motivam a investigação, são testados e refinados, emergindo tanto o texto inicial quanto a teoria elucidativa do contato direto e das observações reiteradas com o local e os sujeitos da pesquisa. (CHIZZOTTI, 2006, p.72)

Na fase exploratória foi realizada a produção do projeto de pesquisa, procurando a melhor forma de compreender a economia informal do local associada a uma vertente religiosa, além de escolher e descrever os instrumentos de operacionalização do trabalho para caracterizar o contexto das práticas comerciais do Shopping Centro Terceirão e estabelecer o perfil dos sujeitos a serem pesquisados a partir de elementos estatísticos, para uma posterior análise quantitativa das relações comerciais, dos tributos e da filiação religiosa.

O trabalho de campo consistiu em levar para a prática empírica a construção teórica elaborada na fase exploratória, quando combinamos instrumentos de observação, entrevistas e questionários com a interlocução dos pesquisados, para tanto fizemos um levantamento de material e através da observação participante percebemos a presença de algumas igrejas evangélicas participando indiretamente do comércio informal, emprestando aos comerciantes uma linguagem religiosa e esse conhecimento inicial

é pertinente quando se é capaz de dar significado ao seu contexto global, ver o conjunto *complexus*, nesse contexto: Assim, a pesquisa participante que valoriza a interação social deve ser compreendida como o exercício de conhecimento de uma parte com o todo e vice-versa que produz linguagem, cultura, regras e assim o efeito é ao mesmo tempo a causa. Outro princípio importante na observação é integrar o observador à sua observação, e o conhecedor ao seu conhecimento. (MORIN, 1997, pag. 26).

Trabalhamos com questões muito particulares, com um nível de realidade que não deveria inicialmente ser quantificado, nosso foco foi o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes dos sujeitos, assim

Esse conjunto de fenômenos humanos é entendido aqui como parte da realidade social, pois o ser humano se distingue não só por agir, mas por pensar sobre o que faz e por interpretar as suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes. O universo da produção humana que pode ser resumido no mundo das relações, das representações e da intencionalidade e é objeto da pesquisa qualitativa e dificilmente pode ser traduzido em números e indicadores quantitativos (MINAYO, 2008, p. 21).

Por outro lado, também procuramos através da pesquisa quantitativa, descrever e explicar o fenômeno do Shopping Centro Terceirão, já que os elementos estudados produzem regularidades, sendo recorrentes e exteriores aos sujeitos e essa diferença entre a pesquisa qualitativa e quantitativa, não deve focalizar essencialmente os métodos utilizados, mas sim uma articulação entre a metodologia e uma proposta epistemológica alternativa ao positivismo: a epistemologia qualitativa.

No entanto Gonzáles Rey (2005, p. 13) entende que essa discussão pode ser compreendida nos seus pressupostos epistemológicos, para ele “não são nos métodos que devem ser buscadas as diferenças entre pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa, mas sim nos seus pressupostos epistemológicos”. Assim a pesquisa qualitativa, chama atenção imediata para o fato de que, frequentemente, não está sendo definida por si só, mas em contraponto com a pesquisa quantitativa, nesse aspecto, utilizamos várias abordagens, ora de cunho quantitativo, ora de cunho qualitativo, sempre priorizando àquela que melhor se adequasse à questão da pesquisa.

O conjunto de dados estatísticos, que procurou explicar uma realidade, representou uma forma de linguagem, assim como as categorias empíricas na abordagem qualitativa o são,

tratando-se, portanto, duas formas abordagem diferenciadas, porém, ambas convergiram para a mesma meta, ou seja, aproximar-se o mais possível da realidade que se propõe discutir.

3.1 - O “TIPO IDEAL” E AS REGULAMENTAÇÕES SOCIAIS DO SHOPPING

Com o imperativo de adequar conceitos e regularidades foi preciso individualizar como instrumento metodológico, aquilo que Weber (1987) vai chamar de “tipo ideal”, um método tipológico, em que ele compara fenômenos sociais complexos, estabelecendo a partir de aspectos essenciais dos fenômenos, uma verdadeira utopia, que não teria sentido empírico algum se fosse tratado como esse instrumento, assim, partindo dele é possível perceber continuidades, descontinuidades e rupturas. A característica principal do tipo ideal é não existir na realidade, mas servir de modelo para a análise de casos concretos, realmente existentes.

A construção de um tipo ideal contribui para precisar o conteúdo de diversos conceitos e é precedida exatamente pelo recorte dos elementos conceituais de um fenômeno social, através do qual, as inter-relações são confrontadas com formas típicas dispostas pelo pesquisador. E é “somente desta maneira, partindo do tipo *puro* (ideal), pode realizar-se uma casuística sociológica. (WEBER, 1999, p. 12).

Como instrumento metodológico o conceito de tipo ideal, exprime um objeto categoricamente construído, um objeto selecionado e apresentado em sua forma pura, o que vai nivelar a apreensão de feitos do fenômeno social, a partir da presença de uma maior ou menor aproximação com o tipo ideal. A definição de um tipo ideal, todavia, não se cristaliza para permanecer imune às modificações sociais, ao contrário, pois,

a história das ciências da vida social é e continuará a ser uma alternância constante entre a tentativa de ordenar teoricamente os fatos mediante uma construção de conceitos, a decomposição dos quadros mentais assim obtidos, devido a uma ampliação e deslocamento do horizonte científico, e a construção de novos conceitos sobre a base assim modificada. Nisto de modo algum se expressa o caráter errôneo da intenção de criar *em geral* sistemas conceituais, pois qualquer ciência – mesmo a simples histórica descritiva – trabalha o repertório conceitual de sua época (WEBER, 2004, p. 121).

Monteiro & Cardoso (2002, p.37) fala que uma explicação do tipo ideal é considerada apropriada, em termos de causalidade e significado, quando existe uma generalização tipológica que seja objetivamente possível, no sentido de que “os fenômenos se aproximam

mais ou menos do tipo puro especificado, bem como que seja subjetivamente significativa, no sentido de que o tipo de ação social é compreensível em nível de motivação individual”.

Além disso, ao empregar o expediente tipo ideal, não se cobiça exaurir todas as explanações da realidade empírica, dado que em qualquer feito estará, em potencial possibilidade, a conceituação de diversos tipos ideais, um construto que cumpre duas funções básicas, que primeiro fornece um caso limitativo com o qual os fenômenos concretos podem ser contrastados; assim,

um conceito inequívoco que facilita a classificação e a comparação; depois, serve de esquema para generalizações de tipo que, por sua vez, servem ao objetivo final da análise do tipo ideal: a explicação causal dos acontecimentos históricos (MONTEIRO & CARDOSO, 2002, p. 14).

O entendimento Weberiano se apresenta com uma formação mais metódica e clara e se baseiam em argumentações precisas, sempre procurando identificar as defesas e as dificuldades de conceituação. O que para Macrae (1995, p. 70) “O paciente de Weber é a sociedade. O seu principal expediente de diagnóstico é o “tipo ideal”. No entanto, quando trata de tipo ideal Weber (1987) não quis dizer que eles fossem, em algum sentido, bons ou nobres, “o ideal” tem o sentido de saber o que está concretamente exemplificado na realidade.

Não está envolvido qualquer elemento de valor. Segundo, não pretendeu com o seu “método típico ideal” inventar qualquer novo instrumento de análise. Apenas quis com isso explicar e refinar o que os cientistas sociais e historiadores realmente fazem. O tipo ideal começa por tornar manifesta a metodologia tácita e real de outros homens; e, ao tornar publicamente clara essa metodologia, Weber esperava aperfeiçoar o caráter autoconsciente e rigoroso das ciências sociais. (MACRAE, 1995, p. 70).

O julgamento que se faz tipo ideal deve ser antecipadamente construído e testado, depois aplicado a díspares situações em que dado feito possa ter ocorrido. À medida que o fenômeno se aproxima ou se afasta de sua revelação típica, o pesquisador pode coligar e selecionar aspectos que tenham interesse à explicação como, por exemplo, os fatos típicos do “capitalismo” ou do “feudalismo”.

Qual é, em face disso, a significação desses conceitos de tipo ideal para uma ciência empírica, tal como nós pretendemos praticá-la? Queremos sublinhar desde logo a necessidade de que os quadros de pensamento que aqui tratamos, ideais “em sentido puramente lógico, sejam rigorosamente separados da noção do dever ser, do „exemplar “. Trata-se da construção de relações que parecem suficientemente motivadas para a nossa imaginação e,

consequentemente, objetivamente possíveis “, e que parecem adequadas ao nosso saber monológico (WEBER, 2004, p. 107).

Assim, delimitamos o campo de atuação dos sujeitos (comerciantes/líderes evangélicos), no caso no Shopping, para que essa sociedade esteja segundo parâmetros de determinado construto, na forma de “tipo ideal” elaborado com base no bom funcionamento do corpo social, ou seja; o fato de que apesar de fazer parte de um comercio informal, que não paga os impostos de forma direta, negociam produtos “piratas”, tendo ao mesmo tempo, tem uma convivência pacífica e harmoniosa com as igrejas evangélicas que visitam o local, para incentivar as vendas, mas que têm uma ética peculiar, para isso criam “regras externas” de relações mutuas e rígidas.

Nesse caso, as regras enquanto norma, dizem respeito ao pagamento de imposto, produtos de fonte não original (pirataria), em relação aos comerciantes e a igreja não preocupada apenas com as suas ações religiosas, mas também com ao aquecimento das vendas, no caso dos líderes religiosos, os consumidores que aceitam esse pacto e o Estado que consegue ver uma economia subterrânea, dando-lhe um novo olhar. Assim, para essa convivência pacífica firmam uma convenção, colocando no ápice a sobrevivência enquanto afirmação geral de um dever ser, no qual são medidos acontecimentos atuais, passados e futuros no sentido de uma emissão de valores

3.2 – O ESPAÇO MERCANTIL E AS NARRATIVAS DO EU

O local escolhido para a pesquisa testemunhou grandes transformações em vários dos seus aspectos, o primeiro deles é a transformação de um viaduto, num espaço mercantil de natureza religiosa, depois a transformação cultural do chamado “centro da cidade”, onde na década de 1950, todo o comercio da cidade era feito em sua proximidade, na rua Duque de Caxias, onde ele está situado, residiam a elite da sociedade paraibana, inclusive abrigando um dos clubes mais tradicionais da cidade, o “Esporte Clube Cabo Branco”.

Atualmente houve um deslocamento sistemático dessa elite para outros espaços, estilizando o local, criando novos modelos, estabelecendo outros padrões de conduta, o que norteou a procura de reminiscências do lugar para compreender essas mudanças, inclusive na

sua forma arquitetônica e estrutural, porque ali foram criados novos sujeitos, só existindo fragmentos da história do lugar, percebe-se que esta parte da cidade parece ter se desgarrado do resto do corpo.

Em frente ao “Clube Cabo Branco” as pessoas se reuniam para falar de política, futebol, finanças e jornalistas buscavam notícias, já que o local era visitado habitualmente, por uma “elite pensante” que trocavam ideias sobre os mais variados temas, atualmente algumas pessoas usam o local para “matar o tempo”, são aposentados, desempregados e curiosos, que ficavam horas a fio, sentadas em bancos de madeiras. Aquelas pessoas contam as mais variadas histórias e passam o tempo jogando, se divertindo. Para tentar contextualizar algumas dessas reminiscências conversamos com algumas pessoas sobre o local antes e depois do viaduto, começamos com seu Antônio, um aposentado de 78 anos, morador no bairro da Torre, que conheceu o local quando ainda era apenas um viaduto:

Ali (apontando para o shopping) era um lugar agradável, eu me reunia com uns amigos: Amâncio, Bernardo, Seu Lula, Seu Humberto de Bayeux e, outros que toda tarde estava aqui para jogar: “biriba”, “dama”, “dominó.... a gente passava a tarde aqui e, se conversava de tudo, desde mulher, aposentadoria, assuntos do governo, ali onde se sabia de tudo ... Seu Ernesto, trazia o seu raíquinho pra gente se atualizá, ... mesmo depois que começou a chegar os camelôs, a gente ainda continuou. ...aquilo era sagrado pra gente. ... quando um adoecia ou não podia vir, era uma tristeza e, quando morria um, a gente respeita, passava mais de uma semana sem jogar, mas gente vinha praqui, se não quem morria era a gente”...antes, aqui só morava rico...a gente não podia nem chegar perto, os ricos era quem mandava nesse pedaço. (A.A.D., 78 anos).

O senhor Antônio mostra a ligação afetiva que ele e seus amigos deram ao local e, confirma a visão elitista do local, assim o espaço não é intuído de um contorno homogêneo, apresentando protrusões e rompimentos, porções de um espaço qualitativamente diferente, visto nas seguintes dimensões de passagem; 1) de um lugar elitista, para popular, 2) de uma rua onde residia a burguesia da época, para um viaduto, 3) do viaduto para um shopping popular. Esse lugar de passagem, do comércio informal, é apresentado arquitetonicamente, propositalmente ou não, em cima o Shopping Centro Terceirão, em baixo o seu comércio subterrâneo.

Figura 1 – Viaduto sobre o qual foi construído o Shopping



A priori nem sabemos se esse comercio pode ser chamado de “subterrâneo” já que ele é tão visto, inclusive pelas autoridades, que a todo tempo ficam entre a legalidade e a questão social, quando o tema é tratado, mas todos veem o shopping e o viaduto, determinados e demarcados pela possibilidade de comprar os produtos ali expostos, o que nos chama atenção é o fato de uma vertente religiosa participar indiretamente dessas atividades mercantis.

Pouco mais adiante percebemos pedintes e “sem teto” dividindo um mesmo espaço, seu Zé Preá, um idoso, que não conseguiu se aposentar, vindo de cacimba de dentro, interior da Paraíba, rosto e corpo marcados pelo tempo e pela dor de passar a maior parte de sua vida na rua, sem ter onde morar, o encontramos um local próximo, que me pediu uma esmola, sentado numa calçada e, começamos a conversar:

Faz tempo, sim senhor que eu estou por aqui, antes eu ficava ali (apontou para o Terceirão). ... por ali ficava um bocado de velhos, conversando besteira, nos tempos de festa eles traziam coisas pra gente, ... era gente boa, mas tudo rico metido a besta... adespóis eles foro imbora..acho que eles não aguetaram a zuada de maquina pra fazer esse viaduto e, foru imbora tudinho... eu dormo por aqui mesmo, faço tudo aqui, é a minha casa, de noite, tem muitas putas e marginais rodando pruqui, mas eles não mexe com a gente, não. Adespói qui o prefeito mandou fazer esse troço ali (se referindo ao Shopping) a gente não pode mais ficar ali, pois eles fecham tudo e, ai de quem chegar perto, pode ser preso, como ladrão... mais lá dentro é uma bagunça, se vende tudo e, ninguém paga imposto, nem obedece nada, aqui a gente sofre, mas eu tenho confiança em Deus, que tudo vai dar certo(J.P.S.).

A partir da conversa com o senhor Zé Preá e das observações empíricas nos propiciaram a leitura de diferentes elementos metodológicos sobre o estatuto das ciências humanas, chega-se a afirmação de duas espécies de métodos principais, um generalizante e outro individualizante, que para Weber qualquer ciência pode utilizar um ou outro método, é a necessidade da pesquisa que vai definir o caminho a ser tomado, para ele não existe um método pronto, acabado, tudo varia de acordo com os problemas a resolver, assim para se estudar a relação entre o indivíduo e a sociedade devemos considerar antes de tudo o tipo de configuração ou de representação social que regulam as sociedades.

O modo pelo qual o indivíduo se percebe e se comporta é diretamente proporcional ao tipo de estrutura social que ele pertence e à relação que estabelece com as outras pessoas (... por ali ficava um bocado de velhos, conversando besteira, nos tempos de festa eles traziam coisas pra gente, ... era gente boa, mas tudo rico metido a besta...). Esta relação não é algo passível, onde somente o indivíduo é coagido pela organização social, mas é uma relação bastante dialética. Zé Preá, vê ao seu redor e cria as suas próprias relações sociais, a partir de leis autônomas, que ele obedece e direciona os seus atos, nesse sentido, “Nenhuma pessoa isolada, por maior que seja sua estatura, poderosa sua vontade, penetrante sua inteligência, consegue transgredir as leis autônomas da rede humana da qual provêm seus atos e para a qual eles são dirigidos” (ELIAS, 1994, p. 48).

Historicamente, cada sociedade tem reconhecido a ideia do "espaço comum", onde existem certos ambientes que imaginamos abertos a todos, no entanto essas tradições têm sido seriamente ameaçadas pela privatização dos espaços públicos, o lugar mesmo longe de ser compreendido por Zé Preá, não se apresenta apenas como um núcleo de concentração de normas e referências (... a gente não pode mais ficar ali, pois eles fecham tudo e, aí de quem chegar perto, pode ser preso, como ladrão... mais lá dentro é uma bagunça, se vende tudo e, ninguém paga imposto, nem obedece nada...), ali as pessoas se perdem e se acham a cada dia, onde o impossível emerge para além das vontades, prevalecendo as representações das coisas e das emoções, é nesse aspecto que entram as igrejas com um discurso peculiar as necessidades daquela gente.

A organização espacial se apresenta num ambiente construído, com um fim específico de abrigar vendedores ambulantes ou camelôs, que invadiam as ruas da cidade, com seu amontoado de produtos e, se transforma de repente num espaço onde a fé remove montanhas

e vende produtos “piratas”, por um preço diferenciado, ajudado pelas igrejas que entram com “benções” divinas, aqueles que vendem e, a fé lhe faz tornarem-se prósperos em relação aqueles que não professam ou não acreditam nela. O ambiente construído é também uma coordenação de significados e como consequência, as práticas, os contornos e os minudências convertem-se em elementos importantes.

Enquanto a organização espacial expressa significados e tem propriedades simbólicas, a linguagem se expressa frequentemente através dos aspectos icônicos do espaço construído. “Esta organização significativa pode coincidir com a organização espacial ou pode não coincidir” ELIAS, 1994, p. 48).

Portanto a expressividade da cena mercantil/religiosa dá a dimensão que precisa ser contemplada pelo estudo, onde os agentes buscam se distinguir na hierarquia social, apesar de existir um código religioso que é visto como um ato a ser decifrado, num processo cultural que se apresenta de forma subterrânea, mas a dualidade sujeito-objeto faz com que ele ressurgia num processo plural de autoconstrução nas narrativas do eu.

3.3 – O SHOPPING CENTRO TERCEIRÃO

A pesquisa foi realizada no Shopping Centro Terceirão, localizado sobre o Viaduto “Terceirão”, que liga o centro à cidade baixa, da capital do Estado da Paraíba, mais especificamente na Av. Miguel Couto, com uma entrada na Rua Duque de Caxias e outra na Rua General Osório (fig. 2), contemplando as seguintes funções: 1) informativa, 2) simbólica e 3) lúdica. A expressão etnográfica se apresenta quando um grupo evangélico se manifesta, aparece e apropria-se de um contexto significativo e simbólico para dar a fé um valor de uso e transformá-lo num valor de troca.

Figura 2 – Vista panorâmica do SCT



Fonte: Ovidio de carvalho/ON/D.A. Press

Na década de 1970, o comércio informal em João Pessoa, se concentrava nos locais onde havia um maior tráfego de pedestres, em especial no centro da cidade, nos terminais de ônibus, bem como nos grandes centros de comércio popular como a praça Aristides Lobo e Av. Beaurepaire Rohan, incluindo áreas históricas e turísticas, como a região das praias e no anel externo da Lagoa. Naquela época o setor informal seria a saída espontânea e criativa, encontrada principalmente pela classe popular, vítima do desemprego ou dos baixos salários, bem como a inabilidade do poder público em tratar de questões sociais ou satisfazer nas pessoas as suas aspirações mais elementares. De fato, atividades econômicas informais é uma realidade na maioria dos países.

Para minimizar o problema dos camelôs e dos ambulantes nas ruas da cidade, a Prefeitura Municipal de João Pessoa, baseado no seu Código de Postura, Lei Complementar nº. 07, de 17 de agosto de 1995, retirou das calçadas e ruas esses vendedores, argumentando a necessidade de uma reordenação nas ruas do centro, para isso edificaria um lugar onde eles pudessem comerciar em melhores condições os seus produtos, atendendo também apelo dos comerciantes formais, que se diziam indignados com a concorrência e com os transtornos por eles causados.

Nesse contexto foi construído o quatro shoppings populares, dentre eles o Shopping Centro Terceirão, objeto desse estudo, para abrigar aqueles comerciantes informais e a

prática da revenda, o que na ótica da Prefeitura contribuía para a solidificação do campo e valorizava o sistema social mercantil, o problema é que a formação desse campo de trabalho não foi suficiente para desmistificar pré-noções pejorativas do comércio informal e dos produtos pirateados vendidos, isso inicialmente afastou a clientela, nesse sentido

As elites consomem bens de luxo; os populares, imitação dos mesmos. Essa seria a ideia de um movimento de cima para baixo. Uma marca, um símbolo ou um objeto está no topo e carrega *aura* da sedução, do sonho e da distinção social e, por isso, será pirateado. Quando se usa uma réplica, busca-se a diferenciação pela massificação (LEITÃO, DEBORA e LIMA, 2006, p. 24)

No dia 25 de outubro de 1999, a Prefeitura Municipal de João Pessoa, em Convênio com o Banco do Nordeste S.A., inaugurou o Shopping Popular Terceirão, mais tarde Shopping Centro Terceirão, (fig. 2) numa estratégia de *marketing*, para associar a atividade ao centro da cidade e, não a algo popular. Foram distribuídos 257 boxes entre os comerciantes contemplados, previamente cadastrados para a nova alocação, que se comprometeram a efetuar no período de dois anos o pagamento da quantia de R\$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais), a título de concessão. Essa oferta de boxes foi insuficiente para atender a demanda tendo o Poder Público, construído outros centros comerciais para abrigar a todos.

Figura 3 – Vista parcial do SCT



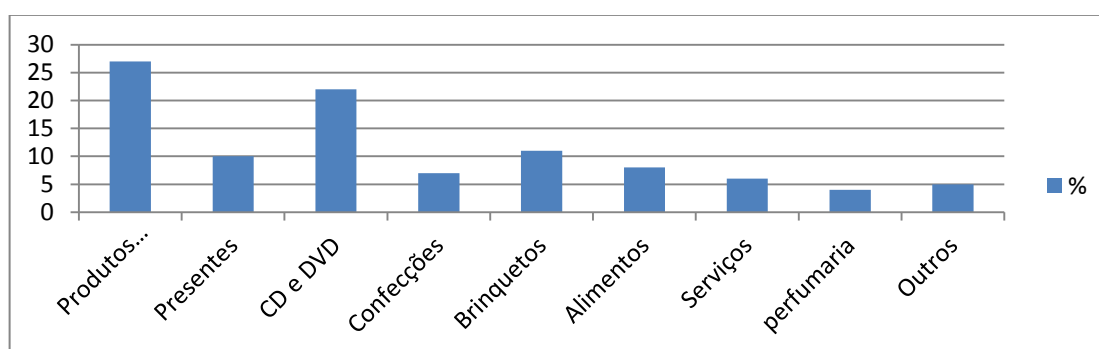
Foto - Ovidio /ON/D.A. Press

A dificuldade inicial dos comerciantes em relação ao novo projeto foi adaptar o lema do comércio na rua, que é “buscar sempre novos clientes e afastar-se da concorrência”, ao fato

de se encontrarem agrupados num mesmo espaço físico para eles inadequado. Como se afastar da concorrência, se perdemos a mobilidade que tínhamos na rua? Como buscar novos clientes se eles não apareciam? Eram indagações feitas pela maioria dos comerciantes recém alocados, que lhes causavam apreensão e temor sobre a certeza de sucesso do novo empreendimento.

O shopping foi construído e dividido em boxes como em um mercado público, onde são comercializadas as mais variadas mercadorias, como calçados, roupas, brinquedos, bijuterias, tênis, óculos, CD, DVD, acessórios de um modo geral, produtos eletrônicos, (fig.) contando inclusive com uma “praça da alimentação, o gráfico abaixo mostra os produtos com maior incidência de venda.

Gráfico 4 – Produtos Vendidos no SCT



Fonte: Pesquisa do autor, outubro/2008 a março/2009

Identificamos uma predominância de produtos eletrônicos na Figura 1s vendas do Shopping, esse fato deve-se principalmente a facilidade que se tem em comprar esses produtos, que são repassados pelos chamados sacoleiros, nesse sentido Bourdieu (2002) enfatizou que o dominantes, por outro lado quando um produto é pirateado, saindo de um uso restrito para sua popularização, para Leitão, Débora e Lima (2006, p. 24) “acontece uma democratização do consumo e, por conseguinte, do estilo de vida”.

A observação, enquanto instrumento de coleta dos dados, teve grande significância no trabalho, pois a nossa participação no Shopping Centro Terceirão, junto aos comerciantes não consistia em apenas ver ou ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que precisava ser estudado. Assim foi realizado no período de outubro de 2008 e novembro de 2009, em dias e horários alternados, participando enquanto pesquisador das atividades

rotineiras do grupo previamente selecionado em horários distintos. Chegamos algumas vezes, ao iniciar as atividades, por volta das 7h30min; em outras, ao encerrar as atividades, por volta das 18h30min e, nos horários de transição entre 11 e 14 horas, que foram os mais significantes para o estudo de observação. Contudo isso não quer dizer que não visitamos em outros horários. (quadro 4)

Quadro 4 - Demonstrativo das atividades observadas

O QUE PROCURAMOS	O QUE OBSERVAMOS
Descrever o local	O ambiente e o espaço físico
Descrever as atividades	Atividades mercantis associado a um comportamento religioso
Descrever eventos especiais	Uma economia informal, associada a uma vertente evangélica
Reconstruir os diálogos	Os gestos, depoimentos e frases

Fonte - Pesquisa do autor de outubro/2008 a Agosto/2009.

Em campo recorremos à observação participante, entrevista, práticas interacionistas de coleta de dados e outros meios de coligir informações sugeridas pelo trabalho e geradas por observações atentas. Equipamentos como lápis e papel, gravadores, laptops, computadores, bancos de dados, uma máquina fotográfica e outros, foram usados para registrar, coligir e sistematizar informações documentais.

3.4 – AS ENTREVISTAS

Utilizamos como técnica a entrevista, que resolvemos dividi-la em duas partes, a primeira parte consistia em obter informações que pudessem caracterizar os dados demográficos, a segunda parte consistia em questões abertas, para caracterizar as falas dos sujeitos e estudar os níveis de significância, para codificação dos dados de análise e por fim, dividir as categorias.

Na primeira etapa foram entrevistadas 152 pessoas, que se encontravam dentro ou próximo ao Shopping Centro Terceirão, para caracterizar a sociedade comercial, procuramos saber o que eles faziam, se conheciam o lugar antes e qual a sua religião, conversando,

aproximadamente, meia hora de registro para cada pessoa, entrevistando em média 6 pessoas por dia, o que levou mais de um mês para caracterizar e perfil que precisava. Essa caracterização dos entrevistados será objeto de análise no próximo capítulo

Durante o período em que foram aplicadas as entrevistas, procuramos obter informações qualitativas sobre o projeto, adotamos o roteiro do questionário, com probabilidades de inserir variante que se fizessem necessárias durante sua aplicação. Feito isso, em dezembro de 2008, partimos para uma segunda etapa do projeto, que foi selecionar as 115 pessoas, que se diziam comerciantes do SCT e de filiação protestante, além de dois aposentados que frequentavam o local, dois pedintes e líderes religiosos que visitavam o local.

Nessa fase da pesquisa, foi preciso ter cuidado ao lidar com uma suposta dicotomia entre "evangélicos" e "não-evangélicos", pois, da mesma forma que o protestantismo é caracterizado pela diversidade de denominações, a religiosidade dos não evangélicos é múltipla. Com a pluralidade de crenças, o trânsito religioso faz parte da constituição da identidade religiosa de muitos brasileiros, nesse aspecto, Freston (1993, p.34) assim se expressa "já que as pessoas possuem religiões e não vice-versa, a identidade religiosa é uma trajetória que pode incluir idas e voltas".

A importância da entrevista enquanto técnica de coleta de dados, faz dela bastante difundida, pois é através dela que se estabelece parâmetros para a descoberta de códigos sociais a partir das falas, símbolos e observações, não sendo tratada como mera classificação de opinião dos informantes, utilizamos a linguagem como meio de comunicação, assim Lodi (1986, p.46) conceitua entrevista levando em consideração esse aspecto e como

uma situação de comunicação antes de tudo vocal, num grupo de duas pessoas, mais ou menos voluntariamente integradas, numa base de relacionamento progressivo cliente-perito, com o propósito de elucidar padrões de vida característicos da pessoa do cliente, padrões esses que ele considera particularmente perturbadores ou valiosos, de cuja revelação, procura o perito derivar certo benefício.

Procuramos normatizar a pesquisa, buscando atender aos critérios de seleção emanados pela legislação pertinente no que tange ao seu aspecto ético, recomendados pelas resoluções 196/96 e 251/97 do Conselho Nacional de Saúde, que regem a realização de pesquisas envolvendo seres humanos. A coleta de dados foi realizada através de entrevista individual, gravada e autorizadas pelos sujeitos, com o objetivo de preservar ao máximo o

conteúdo discursivo. Tal propósito exige do entrevistador intervir apenas o necessário para não correr o risco de estar direcionando o conteúdo das opiniões. Essa estratégia de utilizada teve como objetivo construir informações pertinentes ao objeto da pesquisa e de interação social, estando sempre sujeita a dinâmica das relações existentes naquela sociedade mercantil/religiosa, captando formalmente a fala dos sujeitos. A entrevista semiestruturada se apresenta como

não estruturada, aberta, exploratória, intensiva ou qualitativa, deixa a forma e o desenvolvimento do diálogo em grande parte à discrição do entrevistador, que se serve de um plano geral, constante de objetivos da entrevista, de alguns grupos de matérias e possivelmente de algumas perguntas específicas para o caso. Este tipo de entrevista decorre mais à maneira de uma conversação livre, e, contudo controlada, com ou sem anotação escrita ou gravação em fita. (ARNOLD, 1982, p. 23).

Durante a realização da pesquisa tivemos algumas dificuldades iniciais, pois os comerciantes “desconfiavam” que o pesquisador era na verdade um “policial federal”⁴ outros que se tratava de “um fiscal da receita” disfarçado. Foi preciso certa habilidade para tratar do assunto, garantindo o anonimato da Instituição e dos participantes, para isso adotamos alguns procedimentos, como a apresentação da autorização, do Comitê de ética do Hospital Lauro Wanderley, da Universidade Federal da Paraíba, dentre outros.

A partir das análises dessas transcrições foram elaborados quadros com as expressões-chaves e as ideias centrais, visando à reconstrução do discurso. Numa segunda etapa foram catalogadas as respostas de cada sujeito entrevistado. Com relação a observação participante, observamos o comportamento dos agentes para melhor compreender o fenômeno e numa terceira etapa situamos os discursos num contexto sócio histórico e consideramos que ele só pode ser compreendido se relacionado com o processo cultural, socioeconômicos, políticos e religiosos do local.

No ato da fala consideramos o sentido elaborado no momento da sua produção, com todas as injunções subjetivas – desejos e instintos -, determinações sociais – ideologias, contradições e forma linguística -, incoerências, repetições e omissões. Ressaltamos que,

⁴ Já que os produtos ali comercializados são de natureza subterrânea.

nessa etapa, os participantes envolvidos na pesquisa na condição de sujeitos/respondentes, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Este documento, por um lado, trouxe ao pesquisador segurança para, dentro dos padrões éticos, usar os discursos coletados sem possíveis censuras, e de outro lado, permitiu também a eles a segurança e todos esclarecimentos necessários para que sua participação se efetivasse. Este acordo garantiu também o anonimato dos comerciantes envolvidos na presente pesquisa e das suas respostas.

Os argumentos teóricos foram inicialmente embasados nos estudos de Sales (2004, p. 43), segundo ele “esse discurso permite o conhecimento de ações cotidianas de categorias de indivíduos, e a representação desses indivíduos acerca de determinados fenômenos”. No que diz respeito às representações expressadas pelos entrevistados, o entendimento de Lefevre, Lefevre & Teixeira (2000, p. 34) foi a nossa base “extraímos o entendimento de que, os indivíduos pertencentes à coletividade geradora da representação social deixam de serem indivíduos para se transmutarem, se dissolverem e se incorporarem num ou em vários discursos”

Na última etapa, além de considerar sujeitos os comerciantes do Shopping Centro Terceirão, foi preciso ouvir também alguns religiosos protestantes, representado as suas respectivas filiações religiosas, participantes de uma rede comercial subterrânea, que teve como pano de fundo, igrejas evangélicas que apresentam um discurso pautado numa ética peculiar. Por fim, as entrevistas seguiram um roteiro semiestruturado, uma vez que se pretendeu dar voz ao sujeito da pesquisa e conhecer as suas representações.

Em relação a análise dos dados configurou-se como um tipo de análise de discurso funcional, estabelecendo critérios para um discurso social considerando-o como sucedido das falas dos sujeitos. Essa análise do discurso funcional, foi embasada nas considerações de Stillar (1998, p. 27) que considera o discurso social “como advindo das falas dos sujeitos, quando em interação, em que estes geram significado na medida em que os signos são usados conjuntamente e, portanto, têm sentido para ambas as partes”.

Neste aspecto, Procuramos construir a análise a partir do quadro referencial dos próprios sujeitos envolvidos na pesquisa tentando de uma maneira geral decifrar os

significados de suas ações e não apenas descrever seus comportamentos, portanto não há padrões formais ou conclusões definitivas a respeito do tema, consideramos a incerteza como parte integrante da epistemologia do estudo na vivência do grupo de comerciantes evangélicos do SCT, nesse ponto, partimos dos acontecimentos mais significantes para melhor compreendê-los.

3.5 - ECONOMIA INFORMAL x SONEGAÇÃO FISCAL

A construção, pelo poder público, de espaços destinados ao mercado informal (conhecidos como shoppings populares) demonstra a preocupação do estado em tentar “formalizar”, com um mínimo de normatização jurídica o desenvolvimento da economia paralela, assim, o entrosamento, a tolerância, a interdependência, assim como todas as considerações de índole humanitária (economia informal como meio de sobrevivência) e até mesmo ética, conspira para que a economia informal se consolide mesmo em detrimento da arrecadação tributária.

Tabela 1 – Regularidade dos Impostos

Pagam impostos regularmente	Frequência	%
SIM	2	1,7
NÃO	113	98,3

Fonte: Pesquisa do autor

O comercio informal se caracteriza principalmente pelo não pagamento de imposto e, no SCT não foi diferente, quando perguntado sobre esse tema foram quase que unanimes, com um índice de aproximadamente 98 % (noventa e oito por cento) afirmando não pagar imposto regularmente (Tabela 1), justificando que não o faziam porque a carga tributária é muito alta, representando pouco mais de 70% (setenta por cento), enquanto que aproximadamente 17% (dezessete por cento) afirmaram não pagar para poder vender seus produtos mais baratos, foi interessante perceber que quase 9% (nove por cento) não pagam porque os outros não pagam, numa espécie de simbiose econômica, enquanto quase 3% (três por cento) não interessam os motivos pelos quais não pagam (tabela 2).

É relevante o fato de que ninguém estava interessado em pagar, assim fica claro que o não pagamento é algo cultural, intrínseco ao seu *mudus operandi*, nas falas fica evidente a relação feita entre o pagamento de imposto e o governo que não atende os seus anseios sociais, são frases do tipo; “eu não vou dar dinheiro ao governo (JCS)”, “pra que? se não existe um fim social (MDSD)”, “eu não vou dar dinheiro a esse magote de ladrões (JBS)”, “me esforçaria para pagar, se isso me representasse alguma coisa, mais nada (DBS)”, “eu pagar importo? Pra quê? (MDAB)”. Para a maioria dos comerciantes o governo não sabe dar uma destinação honesta e equilibrada nas verbas oriundas desse imposto.

Tabela 2 – Motivos do não Pagamento

Motivos	Frequência	%
Os impostos são muito caros	80	70,7
Eu prefiro não pagar para vender mais barato os produtos	20	17,7
Ninguém paga, eu também não pago	10	8,9
Não me interessa as razões	3	2,7

Fonte: Pesquisa do autor

Esses dados mostram que a carga tributária estimula e afeta de forma positiva a economia informal do lugar, embora alguns admitam o fato de fazer para baratear o produto final ou não interessar os motivos, o que certa forma os afasta de uma ética, mesmo os protestantes não conseguem associar a ética de sua religião com normas vigentes, porquanto existe algo de errado no aparato institucional do Município, que por sua vez não pode conter a ampliação dessa economia, já que os custos impostos pelo governo federal são elevados o bastante para propiciar ganhos aos que operam fora dela, além da economia informal gerar emprego e renda, além de possuir uma dinâmica própria resultante das forças de um mercado que busca uma maior flexibilidade na operação dessa atividade, além de ofertar bens e serviços, não ofertados pela economia formal.

Desse modo, torna-se imprescindível aprofundar o debate acerca dos efeitos do processo de globalização sobre a economia informal, investigando o comportamento do Estado diante de duas consequências desse contexto: a sonegação fiscal e o desemprego, apesar de constatar que a alta carga tributária brasileira é de fato um dos maiores impulsionadores das atividades paralelas. Esta relação positiva, evidenciada pelos estudos empíricos realizados, poderia ser amenizada com uma estrutura mais eficiente dos impostos, e evitando principalmente a evasão fiscal que é uma das maiores fontes de crescimento para a economia informal.

Assim essa a economia está ligada à atividade de evasão fiscal, ao não cumprimento de leis e regulamentações, percebe-se que quanto maior o risco de ser punidos nestas atividades menor o incentivo ao cumprimento, pois existe uma punição de efeito ineficaz, assim, um maior nível de corrupção reduz a chance de punição, pois, uma vez detectado, existe sempre uma saída. Procuramos saber como são efetuadas as atividades de compras em outros em Relação ao Fisco Estadual

Tabela 3 – Trânsito das Mercadorias

	Frequência	%
C1 = Compra Produtos Fora do Estado e Passa pelos Postos de Fiscalização de fronteiras sem Problemas.	70	60,8
C2 = Compra Produtos Fora do Estado e Passa pelos Postos de Fiscalização de fronteiras, mas têm Problemas com ela.	5	4,3
C3 = Não Compra Produtos Fora do Estado	40	34,9

Fonte: Pesquisa do autor

A fiscalização ineficaz é um fator que até certo ponto facilita a proliferação da economia subterrânea, a facilidade com que esses produtos são transportados para o estado, onde mais de 60 % (sessenta por cento) dos comerciantes passam pelos postos de fiscalização sem problemas, o que concorre e facilita para o fato antijurídico e, essa percepção na esfera econômica em relação aos que dizem ter problemas com a fiscalização, em torno de 4% (quatro por cento) desestimula em torno de 35 % (trinta e cinco por cento) a comprar fora do estado, mesmo pagando um preço mais alto. “Não vale a pena ariscar” afirmou S.E.D., uma

comerciante de 50 anos. Por outro lado, existe uma economia formal fornecendo produtos e serviços à informal, o que colabora com os dados.

Para Weber (1987) a subjetividade e intencionalidade dos atores sociais ajuda a entender porque o sucesso do capitalismo depende em parte da disposição dos homens em adotar certos tipos de conduta, da mesma forma essa conduta leva de certa forma a estilo de vida baseado num *ethos* peculiar.

Ao levar seus fiéis a se dedicar de forma ascética ao trabalho secular, o protestantismo teria criado uma mão-de-obra que se motivava para produção de riquezas e para poupança antes mesmo do sistema capitalista ter uma força e autonomia para gerar sua própria motivação. Evidentemente que a ascese e a disciplina para o trabalho em si não eram inovações protestantes. (WEBER, 1987, p. 57)

Percebemos também que em nome da sobrevivência, vai surgindo no local um ciclo na consciência protestante, onde a ética que se prega nos tempos, se torna incompatível com as práticas de campo, surgindo dessa forma novos produtos morais e culturais bem específicos. Eles justificam essas transgressões com frases do tipo: “Deus deve ser mais obedecido do que os homens” e, que a legislação é feita pelos homens, portanto, a sobrevivência de cada um esta em primeiro lugar, como nas palavras de Seu Jacinto (nome fictício), 58 anos, protestante, que está na informalidade há 20 anos.

... Eu sempre faço compras em Caruaru ou Santa Cruz, em Pernambuco. ...sei que é temeroso passar pelo fisco, mas não tem outro jeito. Sei que é arriscado, mas quem tem Deus tem tudo e, confio nele para passar. ... só fui pego uma vez, mas ajeitei, coloquei Deus na frente e tudo dá certo eu, só fui pego porque não fiz a minha oração, sempre que eu peço a Deus ele me atende. ... na verdade eu queria pagar os imposto direitinho, mas eu não posso, porque é muito dinheiro. ... Sei que é errado não pagar, a minha igreja não prega isso, não. Só que a palavra também diz: que o maior pecado é desobedecer a Deus e, eu não estou desobedecendo. Estou infringindo uma lei dos homens e não de Deus.

Esta impressionante confissão não é um dado isolado num contexto social, ao contrário, ela é um resumo de toda uma concepção reinante naquela sociedade comercial. Ali eles acreditam na sua salvação, mesmo não tendo como seguir determinados preceitos religiosos. A noção de vocação ganha, assim, um novo sentido na medida em que passa a contar como "sinal da salvação"; mais ainda, como sinal da salvação a partir do desempenho diferencial. O objetivo da salvação e o caminho da salvação passam a exercer uma influência

recíproca de tal modo que uma condução de vida metódica religiosamente determinada pode aparecer.

Com isso temos a superação não só da concepção tradicionalista de vocação em Lutero, mas também do próprio *ethos* tradicionalista enquanto tal. No lugar da concepção da salvação segundo a acumulação de boas ações isoladas, temos agora a visão de que a vida tem de ser guiada a partir de um princípio único e superior a todos os outros: que a vida terrena deve valer apenas como um meio (e o homem, um mero instrumento de Deus) para o aumento da glória divina na terra. Todos os sentimentos e inclinações naturais deveriam subordinar-se a esse princípio, representando o protestantismo ascético, desse modo, uma gigantesca tentativa de racionalizar toda a condução da vida sob um único valor. (SOUZA, 1998, pag. 4)

A observação participante vai refletir também na relevância das questões sociais envolvidas, fazendo com que não haja uma rigidez excessiva nos postos de fiscalização e um nível satisfatório de tolerância, de modo que o poder público se vê pressionado a encontrar soluções que preservem essas atividades, garantindo, no entanto, a mínima taxação tributária sobre elas, como é o caso da taxa de permanência cobrada pela prefeitura Municipal de João Pessoa.

Assim, a explosão do mercado informal pode ser considerada um fenômeno típico das economias desequilibradas. A ineficiência do sistema estatal, caracterizado pela cobrança excessiva de impostos, pela burocracia e pela corrupção, faz com que a vida dentro das regras, através do pagamento correto de impostos e respeito aos direitos individuais e sociais do cidadão, torne-se inviável, estimulando-se, dessa maneira, o surgimento de sistemas alternativos que apesar de burlarem a ordem jurídica, garantem condições mínimas de sobrevivência a seus integrantes, funcionando para o Estado como um “freio” capaz de evitar o colapso social (SILVA, 2002, pag. 6)

Segundo ela, assim como todas as considerações de índole humanitária (economia informal como meio de sobrevivência), e até mesmo ética, conspiram para que a economia informal se consolide mesmo em detrimento da arrecadação tributária. Desse modo, torna-se imprescindível aprofundar o debate acerca dos efeitos desse novo processo de globalização sobre a economia informal, investigando o comportamento do Estado diante de duas consequências desse contexto: a sonegação fiscal e o desemprego.

3.5.1 - O Nível De Atividade Anterior A Informalidade

O desemprego é uma das portas de entrada da informalidade, assim percebe-se (v. tabela 4) que quase 70% (setenta por cento) não trabalhavam antes de se tornarem camelôs ou ambulantes, contra aproximadamente 30% (trinta por cento) que tinham carteira assinada, mas ganhava pouco, ou sentiam-se inseguros por não terem seus direitos sociais assegurados e, nesse sentido abandonaram seus empregos para trabalhar na rua, para o presente trabalho o nível de atividade, é representado pelo desemprego⁵.

Tabela 4 - condição laboral antes da informalidade

	Frequência	%
Trabalhava com carteira assinada	15	13
Trabalhava sem carteira assinada	20	17,4
Não Trabalhava	80	69,6

Fonte: Pesquisa do autor

Ribeiro & Bugarin (2003) estimaram o tamanho da economia subterrânea no Brasil usando variáveis não observadas diretamente, o conceito utilizado pelos autores foi o descrito por Schneider & Enste (2000), encontrando intimas relações da economia subterrânea com relação às variáveis desemprego, número de empregados registrados em carteira e renda disponível, como, por exemplo: quando o desemprego aumenta, aumenta a parcela da economia subterrânea. Por outro lado, a economia subterrânea diminui quando o número de empregados registrados em carteira aumenta. A relação negativa também é encontrada para a variável de renda disponível.

3.5.2 - O Mercado De Trabalho No Interior Do SCT

⁵ Quando um indivíduo está exercendo uma atividade e por ela recebe uma remuneração, diz-se que ele está empregado, logo, o emprego não é uma simples ocupação, no sentido de desempenho de ofício ou realização de tarefas de várias naturezas. Os que atuam por conta própria, mesmo quando associados a outros, mas sem o que se denomina vínculo empregatício não exerce empregos. Impõe-se, por isso, considerar o emprego como uma das formas que pode revestir a atividade humana, seja quando aplicada em processos de produção econômica propriamente dita, seja quando colima outros fins compatíveis com o bem comum. Feita esta ressalva, entretanto, melhor será adotar os termos emprego e desemprego no sentido de ocupação e desocupação.

O índice de rigidez no mercado de trabalho é representado pelas empresa de cunho familiar do local, ou seja: nos boxes trabalham pai, mãe, irmãos, primos e outros membros da família, representando mais da metade dos entrevistados, aproximadamente 52 % (cinquenta e dois por cento), esse índice é ocasionado por um excesso de encargos, leis e regulamentações que dificulta e/ou encarece a contratação. Logo uma economia muito regulada estimula o crescimento da economia subterrânea, que é mais flexível e, por isso, responde de forma mais rápida. Vista com mais detalhe nos tabela 5 abaixo:

Tabela 5 - índice de rigidez no mercado de trabalho

	Frequência	%
M1 = Mantêm Empregados Regulamentados pela CLT	15	13
M2 = Mantêm Empregados Não Regulamentados pela CLT	40	34,8
M3 = Não Mantêm Empregados ou trabalho em família	60	52,2

Fonte: Pesquisa do autor

A dimensão do trabalho informal e a circulação de dinheiro que movimenta a economia do local fazem com que as pessoas que ali trabalham mantenham-se por mais tempo em suas atividades, mesmo sem ter os seus direitos sociais assegurados, procuramos compreender essa subjetividade através das intenções e sentidos dos sujeitos e, chegou-se a uma conclusão; que a participação das igrejas, através de seus agentes, é capaz de formar atitudes e disposição para aceitar ou rejeitar determinados modelos sociais ou para criar novos, assim o sucesso de cada empreendimento requer um novo modo de ver a vida.

Para melhor abranger o tema procuramos saber como os comerciantes se viam como vendedores de um shopping popular e, quando estimulados observou-se uma maior incidência das frases: “perseguidos”, “punidos”, “deslocados de um lugar para outro”, “presos” e “escorraçados como se fossem malfeitores”, “não somos marginais”, as respostas nos levam pensar que os legisladores não conseguem definir em lei uma situação para o trabalho e para a economia informal, devido às enormes pressões do empresariado e da indústria.

Por outro lado o próprio governo alimenta o crescimento dessa modalidade de trabalho, a começar pela burocracia imposta, o alto custo das obrigações formais, a falta de documento de propriedade pelos espaços ocupados e a ausência de um direito facilitador para

os contratos, pois os próprios empreendedores formais, se beneficiam desse setor, já que são os seus grandes fornecedores.

A explosão do mercado informal pode ser considerada um fenômeno típico das economias desequilibradas, onde a ineficiência do sistema estatal, caracterizado pela cobrança excessiva de impostos, pela burocracia e pela corrupção, faz com que a vida dentro das regras, através do pagamento correto de impostos e respeito aos direitos individuais e sociais do cidadão, torne-se inviável, estimulando-se, dessa maneira, o surgimento de sistemas alternativos.

Apesar de burlarem a ordem jurídica, garantem condições mínimas de sobrevivência a seus integrantes, funcionando para o Estado como um “freio” capaz de evitar um colapso social. Esta, aliás, parece ser a lógica do capitalismo moderno aliado à ideologia neoliberal: a concentração cada vez maior dos meios de produção e das riquezas, submetendo àqueles que se encontram à margem do processo, a buscar sua sobrevivência nos guetos das atividades econômicas informais.

A fala tem por base uma noção pragmática do significado, em que o que é expresso pode ser entendido apenas dentro do contexto da situação social em que está sendo proferido, para análise dos dados utilizamos as seguintes etapas (v. quadro 5):

Quadro 5 – As etapas da análise de dados

ETAPAS	SIGNIFICADO
1. Entrevistas	Representou um instrumento que, segundo Gil (1991), permite uma relação de interação. e possibilita o aprofundamento de determinadas questões e possíveis dúvidas. As entrevistas, aplicadas aos comerciantes, geralmente no seu Box de venda, que constituíram a base do universo do estudo.
2. Expressões-Chaves	Expressões-Chaves foram construídas a partir de fragmentos das transcrições literais dos depoimentos e visavam apresentar a essência do conteúdo discursivo
3. Ideias centrais	Foram extraídas a partir das expressões-chave, e foram o ponto de partida para analisar os discursos.

Apesar disso, potenciais limitações, sobretudo ligadas ao próprio envolvimento do pesquisador e com seus sujeitos observados devem ser consideradas. Para lidar com a análise de forma a propiciar tanto, por um lado, os benefícios do imbricamento do pesquisador em seu campo, quanto, por outro lado, buscar minimizar a possibilidade de que o próprio olhar do observador sobre o fenômeno estivesse comprometido, o pesquisador em questão esteve atento para duas práticas fundamentais em estudos etnográficos: 1) A refletividade, que se refere às incursões de alteridade do observador entre seu próprio universo e o do outro (observado); 2) O estranhamento, que consiste no esforço do observador em analisar uma situação que lhe seja familiar como se fosse estranha, condição necessária para sua análise.

Como sugere a tradição etnográfica – e o próprio paradigma interpretativista – o pesquisador carregou para o campo seus próprios valores e visão de mundo. Nas várias interações em que esteve como observador apresentou-se ao outro em seu papel social relativo ao campo em que estava inserido, este é, de fato, condição *sine qua non* para compreensão do fenômeno observado

CAPÍTULO 4

4- TEMPLO DE TRABALHO E FÉ

Partindo da comparação entre diferentes práticas religiosas, mais especificamente em relação aos agentes religiosos protestantes que visitavam ao local para “ajudar” os comerciantes do Shopping Centro Terceirão pregando que eles são instrumento de Deus, adotando uma postura ativa na qual aprende a se controlar, ajuizar seus impulsos naturais, ou seja: precisa controlar tudo que envolve a economia local para servir a Deus, bem ao estilo de uma religião ascética. Exigindo de todos uma transformação de todos os fiéis e de cada um como um todo.

Quando analisamos essas práticas religiosas percebemos em diferentes grupos de agentes religiosos essas motivações levaram a rupturas com o modo de vida dos comerciantes, que antes de sua filiação as referidas religiões viviam uma vida desregrada gastavam dinheiro com farras, jogos de azar, bebidas e outras do gênero, dessa forma essa mudança provocou um aumento no capital de giro, conseqüentemente se tornaram melhores dizimistas em circunstâncias específicas e jogos de interesses de ordem material. De tudo ficou claro o conflito de interesses, de valores e os embates em busca da dominação.

Assim para o sucesso dos seus negócios os comerciantes tinham que pensar num novo estilo de vida, para isso as igrejas criaram esse estilo de vida, um *ethos* de afinidade eletiva com o modo funcional da economia informal, levando-os a se dedicar de forma ascética ao trabalho secular, motivando a sua fé para uma disciplina nos seus negócios, para isso elaboraram regras, princípios, critérios que teriam validade entre eles e coerência interna, ou seja; as igrejas evangélicas procuram motivar para atingir a racionalização da vida econômica.

No interior do Shopping Centro Terceirão os agentes protestantes procuram estruturar os comerciantes de modo a se relacionarem entre si, formando uma unidade coerente, capaz de trocar experiências religiosas e melhorar através da fé, as suas vendas, as categorias como sagrado, profano, material, espiritual, eterno, o céu, a terra, são os alicerces sobre os quais se constroem essas experiências e, quando são dadas a estas um caráter sagrado elas não podem ser postas em discussão, formando o consenso lógico e moral daquela sociedade.

Os produtos encontrados no interior do Shopping encontramos para ser comercializados produtos piratas, ou seja; artigos ligados a imitação entre classes sociais, já que grande parte das pessoas tomam a elite como referência no seu modo de usar determinado produto, o que Bourdieu (2002) enfatiza que o comportamento dos populares é um reflexo ou cópia, um tanto distorcida, dos grupos dominantes.

Esses produtos pirateados são consumidos porque eles saem do uso restrito de uma classe mais elitizada para a popularização, acontecendo dessa forma uma democratização do consumo, ou seja; um estilo de vida, assim para Pinheiro Machado (2006, p. 24)

Na sociedade global, ao mesmo tempo em que se acirram diferenças socioeconômicas, a homogeneização e produção em massa dos bens culturais promoveriam uma igualdade comunicacional a partir da difusão de um símbolo compartilhado generalizadamente. As representações correntes sobre pirataria associam-na ao consumo popular, às necessidades de o “povo se dar ao luxo...”. A ideia de pirataria como comércio proibido e ilegal é uma faceta milenar dos sistemas mercantis transnacionais, confundindo-se com a noção de contrabando.

A ideia de pirataria funciona assim: quando uma mercadoria é lançada no mercado, imediatamente já existe a sua réplica. No shopping essa ideia de pirataria está associada a uma economia informal, por sua vez associada a uma vertente protestante participando indiretamente dessas atividades, estabelecendo outros condicionantes para além dos objetos, que só assume valor, significado e originalidade de acordo com o contexto social em que está inserido.

4.1 - O TEMPLO DE TRABALHO

Pelos dados de filiação religiosa, optamos por caracterizar dentre os entrevistados, àqueles que se diziam evangélicos, em número de 115 e que enfrentaram o desafio de viver numa sociedade comercial, onde as relações mercantis são subterrâneas no seu aspecto formal e a informalidade se apresenta em todo espaço amostral como um instituto bastante visível. Neste cenário aumenta o desafio da sobrevivência dos sujeitos em detrimento a uma legislação que para eles, não existe uma forma eficaz que possa cumprir - lá.

Ali o espaço experimenta-se como uma extensão tridimensional do mundo que nos rodeia: intervalos, relações e distâncias entre pessoas, entre pessoas e coisas e entre coisas. O espaço construído é também uma organização de significados e como consequência, os materiais, as formas e os detalhes convertem-se em elementos importantes.

Enquanto a organização espacial expressa significados e tem propriedades simbólicas, a linguagem se expressa frequentemente através dos aspectos icônicos do espaço construído. “Esta organização significativa pode coincidir com a organização espacial ou pode não coincidir” (VENTURI apud OJEDA, 1995, pag. 17).

A amostra dos comerciantes evangélicos para a realização desse estudo representa quase 50% (cinquenta por cento) do total dos comerciantes do local, percebe-se inicialmente que o espaço amostral é constituído de aproximadamente 69% (sessenta e nove por cento) de pessoas com menos de 40 anos, com uma predominância do sexo masculino. Esses dados mostram que o trabalho informal do local é extremamente pesado, em tese, pois, depois de 59 anos esse número cai para pouco mais 8% (oito por cento) da população, por outro lado na sociedade atual o trabalho mais pesado é executado pelos homens, embora se veja mulheres ocupando esse espaço (v. tabela 5)

Tabela 6 – Faixa etária dos comerciantes

Idade	Total	Homens	Mulheres
18 a 24 anos	25	12	13
25 a 39 anos	55	40	15
40 a 59 anos	25	15	10
60 anos ou mais	10	8	2

Fonte: Pesquisa do autor

Procuramos abordar o tema como referência a um marco teórico que relaciona esse fenômeno ao contexto contemporâneo, associando-o a mudanças estruturais que têm como ponto de partida os processos de reestruturação produtiva da economia mundial. Entretanto, a nossa intenção não reside em analisar o fenômeno numa dualidade entre formal e informal. Pretende-se tratar a partir do pressuposto de que os mercados formais e informais interagem e até mesmo se confundem. A importância da articulação entre gênero e trabalho é destacada por Lobo (1991, p.22), cujo estudo é feito

a partir da referência a autores que, trabalhando em torno do tema, foram evidenciando como a experiência do mundo do trabalho, que é informada pelas relações assimétricas laborais de poder entre homens e mulheres, e por uma construção cultural anterior que elabora as expectativas sobre o trabalho feminino e masculino.

Da mesma forma, Câmara & Cappellin (1998, p. 56), ao discutirem as relações entre gênero, cidadania e trabalho, consideram que o significado do sexo pode ser fonte de barreira sociocultural em virtude dessas relações assimétricas.

A assimetria é forjada no interior do modelo familiar, mas não se restringe a ele, dada a permeabilidade entre as esferas da vida social, esse fator é transferido para as relações comerciais do local, em virtude da divisão de papéis se cria uma simbologia que vincula a identidade feminina à vida familiar e ao espaço doméstico, mas, ali se vê uma evolução gradual desse pensamento.

Nas entrevistas orais, um dado subjetivo chamou atenção: o percentual de mulheres que se encontram na condição de conta própria é maior do que os dos homens, observando-se o inverso quando se trata dos empregadores. Ou seja, há uma tendência maior entre os homens de se constituírem como gerenciadores do trabalho alheio. Nessa interface os agentes religiosos procuram fazer uma adequação de maneira que elas possam também se dedicar as atividades religiosas como uma forma de agradar a Deus.

4.1.1 - O Grau de instrução

Uma pequena margem do comerciantes entrevistados chegam a concluir o ensino superior, o que demonstra que esse não é um fator fundamental, esse aspecto associado ao ritmo de trabalho superior a 8 horas diárias, retratam o percentual superior a 50 % (cinquenta por cento) dos que só concluíram o ensino fundamental, preferindo uma atividade paralela que vamos chamar de criadora, já que eles utilizam os conhecimentos adquiridos para outros fins mais específicos: sobreviver e, nesse ritmo alguns chegam a concluir o ensino médio.

Aprendizagem e a construção do conhecimento são processos naturais e espontâneos do ser humano que desde muito cedo aprende a mamar, falar, andar, pensar, garantindo assim,

a sua sobrevivência. A forma encontrada para desenvolver suas habilidades é considerada um processo natural, que resulta de uma complexa atividade mental, na qual o pensamento, a percepção, as emoções, a memória, a motricidade e os conhecimentos prévios estão envolvidos e onde o agente deve sentir o prazer em aprender e estabelecer que a atividade criadora

é uma manifestação exclusiva do ser humano, pois só este tem a capacidade de criar algo novo a partir do que já existe. Através da memória, o homem pode imaginar situações futuras e formar outras imagens. Sendo assim, a ação criadora reside no fato da não-adaptação do ser, isto é, de não estar acomodado e conformado com uma situação, buscando através do imaginário e da fantasia, um equilíbrio, bem como a construção de algo novo. (VYGOTSKY, 1982, pag. 39),

O processo de aprendizagem não pode ser visto isolado da sociedade, pois o modelo quantitativo apresentado no gráfico 3, reflete a sociedade na qual está inserido e pressupõem refletir sobre os determinantes histórico que produziram formas diferenciadas de organização do trabalho em momentos distintos, já que eles acreditam que uma maior escolaridade, não representa necessariamente um maior lucro nos seus negócios (v. tabela 7).

Tabela 7– Escolaridade dos comerciantes do SCT

Instrução	Total	Homens	Mulheres
Fundamental	62	40	22
Médio	48	33	15
Superior	5	2	3

Fonte: Pesquisa do autor

As reflexões aqui apresentadas navegam, por olhares ainda míope, pelas janelas deste espaço amostral que se chama educação e, os dados apresentados nos direcionam em busca de outros olhares, falas e ouvidos, que nos permitam compreender essas novas respostas.

5.1.2 - Rentabilidade.

Optamos por comentar o conteúdo da tabela em referência, de uma maneira genérica, ou seja, todo o quadro, como uma nova forma de trabalho associado a um novo capitalismo

contemporâneo. Procuramos compreender a rentabilidade em todos os níveis enquanto produto de formação social, por intermédio de uma flexibilização produtiva que estabelece redes com igrejas de filiação protestantes. Os quadros e tabelas mostram o resultado racional das operações mercantis, que seria a renda.

As igrejas evangélicas têm um papel fundamental nas relações comerciais do SPT, pois mostram através de seus ensinamentos, uma espécie de educação voltada para as atividades cooperativas, de forma a demonstrar as potencialidades e os objetivos de ser cristão, ter uma vida próspera na terra, para isso estabelecem metas a serem atingidas em relação à economia e a garantia de renda, mas, sobretudo a respeito da valorização dos sujeitos e do seu trabalho.

Para eles essa educação não deve buscar a alteração da natureza humana, mas possibilitar a construção de relações cooperativas, no lugar de acentuar o individualismo e a competição. A cooperação deve ser um lugar de crença e fé, através do qual se pode contribuir para novos caminhos, novas relações econômicas, novos laços sociais, nova cultura, procurando com isso significado para a vida e novos espaços para os seus fiéis.

Essa nova forma de rendimento é reflexo das novas formas do capitalismo, conforme Antunes (2005), inúmeras transformações vêm ocorrendo, como resposta do capital à sua crise estrutural, sendo fundamentais nesta passagem do século XX para o XXI. A que possui relevância central está relacionada às mudanças no processo de produção do sistema capitalista e as suas refrações no processo de trabalho.

Tabela 8 – Rendimento médio dos agentes do SCT

Renda (SM)	Total	Homens	Mulheres
1 a 3	22	12	10
4 a 5	30	10	20
6 a 10	50	37	13
Acima de 10	13	11	2

Observa-se na formação desses sujeitos populares ativos e organizados no espaço do SCT, que as suas rendas em qualquer escala é uma mistura de necessidade e vontade, numa combinação de elos comunitários de cunho protestante com a criatividade nos

empreendimentos autogeridos por esses agentes, que experimentam novos arranjos para aumentar a sua rentabilidade e justificar as benções recebidas como fieis de sua igreja.

Mas como ficaria a associação entre o não pagamento dos impostos devidos (que implicaria, em tese, num aumento maior de lucro) e a ética protestante das igrejas que participa da rede? Sen (1999, p.31) defende que a economia moderna e contemporânea, apesar de desprezar as questões éticas também pode oferecer à filosofia moral e à economia de bem-estar métodos e modelos que facilitariam a compreensão de certos aspectos da sociedade. Ele vai assim sintetizar afirmando que

em suma, a análise logística da economia moderna combinada com a ética e com a economia de bem-estar poderia gerar benefícios mútuos e desenvolvimento. O desenvolvimento consiste na eliminação de privações de liberdade que limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas de exercer ponderadamente sua condição de agente.

Então o desenvolvimento deixa de ser visto somente com base no chamado "crescimento econômico", referido ao aumento de produção de bens e valores, do Produto Nacional Bruto, industrialização, avanço tecnológico, aumento de renda "per capita" ou modernização social. Ele passa a "ser visto como um processo de expansão das liberdades reais de que as pessoas desfrutam".

Essas pessoas precisam de poderosas razões morais para aliar-se ao capitalismo, porém a ordem capitalista também não para de inspirar, não só os que são por eles oprimidos, mas também, às vezes, aos que têm a incumbência de mantê-los e de transmitir os seus valores por meio da educação. Neste aspecto, eles têm inspirado novos modelos, que terminam por se enquadrar numa nova ordem social, que tem como parâmetros determinadas crenças associadas ao capitalismo.

O espírito do capitalismo é justamente o conjunto de crenças associadas à ordem capitalista que contribuem para justificar e sustentar essa ordem, legitimando os modos de ação e as disposições coerentes com elas, para Boltanski e Chiapello (2002), essas justificações, sejam elas gerais ou práticas, locais ou globais, expressas em termos de virtude ou de justiça, dão respaldo ao cumprimento de tarefas mais ou menos penosas e, de modo mais geral, à adesão a um estilo de vida, em sentido favorável à ordem capitalista. Em Weber (1991) a noção de espírito tem lugar numa análise dos “tipos de condutas racionais práticas.

Das incitações práticas à ação que, constitutivos de um novo *Ethos*, possibilitam a ruptura com as práticas tradicionais, a generalização da disposição para o calculismo, a suspensões das condenações morais ao lucro e a arrancada do processo de acumulação ilimitada. (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2002, p. 42)

Os dados mostram que a rentabilidade na economia informal do SCT não está ligado somente à busca da riqueza, mas também à busca por objetivos mais básicos que garantiriam uma boa vida na terra e uma recompensa no céu, em detrimento a pobreza, que não significaria, nesse caso, somente "baixa renda" ou a condição de desprovido de bens materiais. Pobreza assume também, e de forma muito relevante, o aspecto da "privação de capacidades básicas" que conferem à pessoa humana sua dignidade e verdadeira faculdade de autodeterminação ou não acreditar num Deus forte e poderoso.

4.2 - O TRABALHO INFORMAL NO SHOPPING CENTRO TERCEIRÃO

O uso da expressão *trabalho informal* tem suas origens nos estudos realizados pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), ela considera o ponto de partida a unidade econômica, que é caracterizada pela produção em pequena escala, pelo reduzido emprego de técnicas e pela quase inexistente separação entre o capital e o trabalho. Tais unidades também se caracterizariam pela baixa capacidade de acumulação de capital e por oferecerem empregos instáveis e reduzidas rendas. Para Singer & Pochmam (1996, p.43), o trabalho informal é um fenômeno estrutural no modo de produção capitalista, segundo eles

reportando-se aos estudos de Marx, identificam aquela forma de trabalho nas premissas da população relativamente excedente às necessidades do capital, especialmente em termos da reprodução de um contingente estagnado da força de trabalho. Esse contingente, apesar de estar em idade e condição ativa, encontrar-se-ia disponível no mercado para a exploração desmedida do capital através do emprego máximo do tempo de trabalho com o mínimo de remuneração.

No SCT percebe-se um micro circuito da economia, alimentado por formas não convencionais do capitalismo moderno, ali existe uma característica peculiar: muito trabalho, um pequeno capital, pequenos lucros em relação a quantidade de mercadorias vendidas, por relações diretas entre empregado, empregador e consumidores, porém já existem instituições financeiras, em pequeníssima escala (a saber os bancos: BRADESCO e do NORDESTE)

financiando certos negócios e o governo Municipal, Estadual e Federal, lançando incentivo em pequenas escalas.

4.2.1 - A Busca Pela Economia Informal

Inicialmente procuramos saber os motivos pelos quais os comerciantes do SCT procuraram como meio de sobrevivência a Economia informal, os dados revelam um setor econômico marcado pela heterogeneidade, pelo dinamismo e pela ausência de intervenção do poder público. Pela sua própria natureza, ela não é diretamente observável, ou seja, nenhum agente, comerciante do SCT, normalmente desejaria ser identificado. Assim o estudo da economia subterrânea continua a levantar, ao nível da literatura extremas dificuldades de ordem teórica e metodológica. O fenômeno é mais fácil de sentir do que medir e analisar.

No entanto conseguimos respostas para a pergunta: Por que o Sr.(a) optou trabalhar no mercado informal? A falta de emprego (v. tabela 9) foi onde ocorreu a maior frequência das respostas, com um índice de pouco mais de 39% (trinta e nove por cento), esse fator associado aos baixos salários faz compreender que alguns procuram a sua independência financeira, na subjetividade desse fator, os dados ultrapassam 60% (sessenta por cento) juntos.

Entre os que responderam outros motivos, destaca-se a alta carga tributária. Assim, é clara a relação de causa-efeito entre a alta carga tributária e o desemprego e a informalidade da economia. Verificamos que muitas as empresas já não conseguem manter trabalhadores com carteira assinada e/ou evitar demissões. E a informalidade não se dá apenas nas relações trabalhistas. Muitas vezes, assume outras formas, como atividades ilegais, dentre elas a venda, à luz do sol, de mercadorias de origem duvidosa, cópias piratas de fitas VHS, CDs e DVDs e produtos falsificados.

Nesse quesito, aliás, o Brasil vai se posicionando entre os primeiros do mundo. Além disso, impostos acima dos limites do razoável estimulam a sonegação e entopem o Poder Judiciário de ações contestatórias. Segundo Alves (1999, p. 20), durante muito tempo o desemprego foi compreendido como um fenômeno que surge e desaparece ao sabor de diferentes ciclos econômicos. Considerava-se ainda que o crescimento econômico fosse quase sinônimo de pleno emprego. Entretanto, essa correlação automática não mais existe, hoje, em

vários países, o desemprego continua aumentando a despeito de grande prosperidade econômica, para ele o desemprego

passou o a ser considerado estrutural no sentido de componente do processo de produção, em lugar de friccional, no sentido de resultante dos atritos das forças comprometidas no próprio processo. Esse novo fenômeno, de desemprego estrutural, realidade econômica em nível mundial, tem várias explicações - progresso tecnológico, globalização, aumento da demanda - e vem produzindo reações distintas em diversos países do mundo, cada um tentando enfrentar o problema à sua moda.

O que atualmente se verifica é que o desemprego atinge a todos, em todas as classes sociais, "acarretando miséria, insegurança, sentimento de vergonha em razão essencialmente dos descaminhos de uma sociedade que o considera uma exceção à regra estabelecida para sempre. Uma sociedade que pretende seguir seu caminho por uma via que não existe mais, em vez de procurar outros

Tabela 9 – Opção pelo mercado informal – motivos -

	Frequência	%
Não encontrou emprego	45	39,2
Oportunidade de fazer sociedade	04	3,4
Horário flexível	05	4,4
Independência	25	21,7
Tradição familiar	08	7
Complementação de renda	05	4,4
Experiência na área	10	8,7
Outro motivo	13	11,2

De uma maneira geral os motivos apresentados refletem, a maneira como essa realidade decorre. As interpretações, todavia, têm como pressupostos juízos muito diversos a respeito desses atores definidos como informais, suas características, seus limites e possibilidades na construção do desenvolvimento econômico. Assim, a elucidação dos olhares lançados sobre o fenômeno e a busca de novos caminhos analíticos são exigências básicas para a criação de ações adequadas para optar pelo setor informal, conforme se vê nos dados.

Neste contexto partimos essencialmente dos dados empíricos colhidos no nosso trabalho de campo junto ao SCT, nos anos de 2008 e 2009, onde percebe-se a presença de uma economia subterrânea no local. Estudo realizado por outros pesquisadores sobre o tema mostra que a situação nos países com maior grau de desenvolvimento económico e social é exceção e não regra como nos países, menos desenvolvidos ou mais pobres, consubstanciada em inúmeras práticas que os respectivos aparelhos estatais não têm meios para controlar. A economia subterrânea anda, por isso, associada às situações de carestia e de crise económica e social.

A economia subterrânea não corresponde apenas a mera evasão fiscal, mas cobre, efetivamente, um vasto leque de atividades e serviços, bem como a produção que os agentes nela implicados decidem, de uma forma deliberada, ocultar aos olhos do Estado. Essas ações no interior do SCT, tanto o prestador como o utilizador do serviço, encontram vantagem em infringir as normas estatais, medo que possa garantir um rendimento difícil ou então, impossível de obter de outro modo. Quantos aos produtores e consumidores, utilizam desses meios para obter um preço mais baixo.

Daí fenômenos como o desenvolvimento de ocupações não reconhecidas oficialmente ou as ocupações paralelas, mesmo nos países mais desenvolvidos, tendam a coincidir com momentos de carestia ou de dificuldades económicas, nomeadamente nos grupos sociais mais necessitados, tal como se tornou manifesto nas sociedades italianas e portuguesas dos inícios dos anos 80 do século XX. São bastante complexas as causas que levam à expansão da economia subterrânea.

5.3 - UM TEMPLO DE FÉ

Do ponto de vista institucional, os comerciantes começaram a se preocupar com a falta de clientes no Shopping, as vendas caíram assustadoramente, com a mudança imposta pelo poder público, alguns chegaram a passar dificuldades, os de filiações protestantes, começaram a pedir ajudar aos pastores de suas respectivas igrejas, pois a busca de soluções imediatistas é uma das características do novo protestantismo no Brasil.

Os pastores começaram a vincular nos seus cultos os arranjos de sua força religiosa, conclamando aos fiéis visitas àquele local, pois ali se encontrava irmãos que precisavam da solidariedade da igreja, o que aconteceu paulatinamente e, os resultados positivos começaram a aparecer; o que levou outros agentes (mesmo não sendo evangélicos) proceder da mesma forma e, na procura do outro religioso, estabeleceu-se uma caracterização que permitiu entendê-lo a partir de problemas essencialmente protestantes.

Percebemos que a maioria dos comerciantes obedecem a determinadas condutas religiosas já que, para iniciarem a sua jornada de trabalho cumprem um ritual *sui generis*, em que agrupam-se em círculo para fazer orações, pedindo prosperidade nos negócios, entoando hinos de louvor. Foi relevante a presença de pastores protestantes participando, conduzindo e orientando esse ritual.

No interior do shopping existe uma cultura inventada, através de um processo relacional entre as pessoas e um mundo subjetivo da religião, onde os comerciantes que participavam do grupo, apresentavam uma linguagem usual⁶ e própria e os consumidores compreendiam e agiam sobre os objetos que adquiriam e os recontextualizavam de acordo com o sentido pertinente ao seu universo de significados. Universo este marcado pela cultura evangélica.

Encontramos uma quantidade significativa de vendedores que se intitulavam evangélicos e apresentavam frases singulares na fachada de seus estabelecimentos comerciais, do tipo “Deus é Fiel”; “100% Jesus”; “Aliste-se no Exército de Cristo” e outras que os identificavam, foi a partir daí que optamos em estudar o comportamento dos evangélicos e a presença da igreja participando ativamente das atividades mercantis, através de seus líderes, tendo esse fato despertado a nossa curiosidade em conhecer àquelas representações.

Figura 4 -Box no Interior do SCT com frase indicativa

⁶ A língua nossa de cada dia é o primeiro instrumento para a representação da realidade de que dispomos. Ao pensar o funcionamento da língua numa perspectiva que transcende uma visão aristotélica do mundo, no sentido de que a lógica do estagirita não daria conta da representação da realidade em seus aspectos mais sutis, Korzybski (1933), em *Science and Sanity*, propõe que as línguas devem ser consideradas como mapas.



Em conversas informais com os comerciantes, estes relataram suas histórias de vida, através de uma linguagem tipicamente evangélica, que identificamos como mais expressivas para o nosso estudo, as do tipo: “...em tempos de economia retraída...”, “...pouca oferta de emprego...”, “...arregaçam as mangas e vão para as ruas com suas mercadorias embaixo do braço...”. Essa linguagem leva a pensar que eles encontraram na informalidade uma espécie de “vocação

4.3.1 – Mercado Simbólico & Linguagem Religiosa

As transformações do mercado de trabalho associadas a diferentes fatores, fizeram com que os comerciantes desse espaço globalizado apresentassem um perfil inteiramente novo: a economia informal, associada a um segmento evangélico, se consolidando como forma alternativa de sobrevivência, onde as igrejas passam fazer parte da comunidade e centrar nas mediações e respostas aos sofrimentos daqueles agentes.

Quando não vendiam seus produtos, ou não estavam equilibrados em outro aspecto de suas vidas pessoais, independente da ordem que se apresente, tanto no seu aspecto espiritual, afetivo ou financeiro, eles encontram uma magia que toca na sua sensibilidade os tornando mais e mais fiéis. Dentro deste panorama os agentes foram estimulados a responderem como eles se viam enquanto vendedores de um shopping popular, associados a uma filiação evangélica, os resultados que apresentaram uma maior frequência, foram divididos em dois aspectos: positivo e negativo.

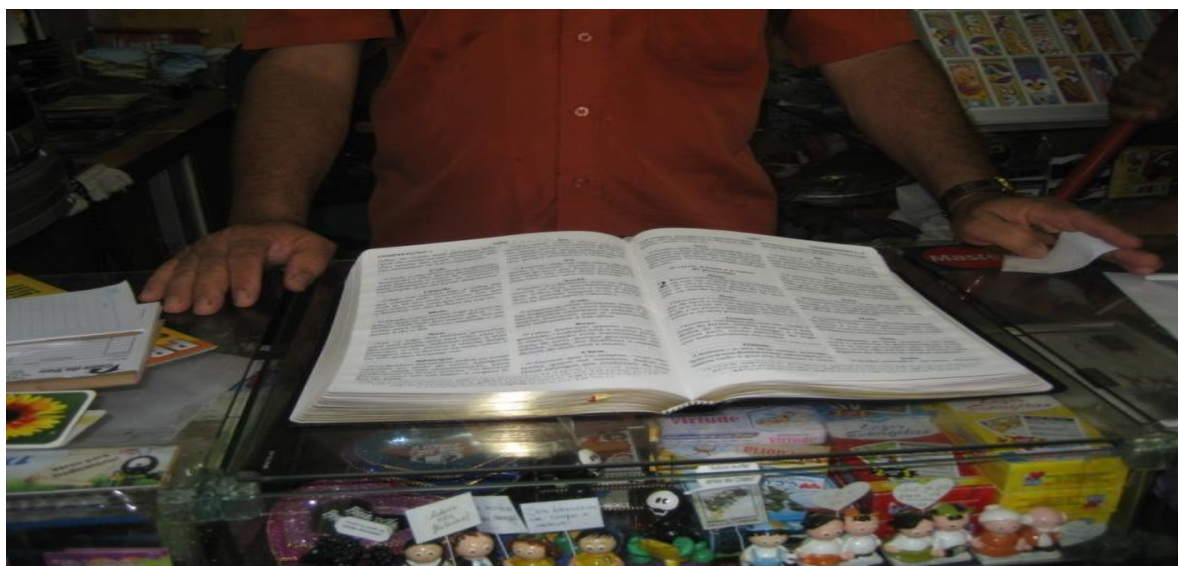
Quadro 6: Aspectos positivos e negativos de maior incidência nas falas dos sujeitos

Positivos	[...] Aqui é minha segunda casa [...] Aqui é tudo de bom [...] Sem isso aqui eu não saberia o que seria de minha vida [...] Um tesouro que meu pai deixou para mim [...] O Senhor me honrou com esse Box [...] Esse comercio me tirou das trevas [...] Apesar das perseguições isso aqui é muito bom [...] Primeiro Jesus, depois meu pastor e esse comércio, que ajudam a levar o meu fardo
Negativos	[...] perseguidos, [...] punidos, [...] deslocados de um lugar para outro, [...] presos e escoraçados como se a gente fosse malfeitores, [...] não somos marginais, [...] sacrifício, [...] querem cobrar uma coisa que a gente não tem como pagar, esse negócio de imposto [...] Eu mesmo não vou pagar imposto pra esse magotes de ladrão.

Fonte: Pesquisa do autor entre janeiro e maio/2009

Nas entrevistas semiestruturadas, pedimos aos participantes que apresentaram em seu local de trabalho, algum elemento simbólico que lhes identificassem como protestantes, para compreender um pouco de sua experiência com o sobrenatural (Jesus) ou mesmo do significado daquele(s) símbolo(s).

Figura 5 – Vendedor exibindo uma bíblia aberta



Percebe-se que por um lado a religião pode ser considerada como um conjunto de práticas e representações revestidas de caráter sagrado, como preceituava Durkheim (2006), por outro lado, pode ser tratada como linguagem, na visão de Bourdieu (2003) já que se

apresenta como um sistema simbólico de comunicação e de pensamento, operando naquele local como uma ordenação lógica do seu mundo natural, integrando-o a uma ordem cósmica.

A força dos símbolos apresentados está na capacidade de transfigurar aquela Instituição social, em instituição de cunho sobrenatural, onde os comerciantes evangélicos são consagrados como frutos desígnio divino, se tornando dessa forma uma força estruturante daquela sociedade mercantil, nesse aspectos as igrejas, representadas pelos seus agentes passam a desempenhar uma função simbólica de conferir a ordem social um caráter transcendente e inquestionável.

As igrejas procuram desempenhar a sua função social, através de um discurso que procura livrar aquelas pessoas das angústias que os afligem, justificando as causas das desigualdades, das injustiças e dos privilégios, passando a legitimar a economia informal e os produtos piratas comercializados. Assumem ainda uma função política de vincular uma resolução hierárquica entre o grupo e o poder estatal.

Quadro 7: elementos simbólicos e frases encontradas no SCT

Elementos Simbólicos	Frases e/ou significado de efeito
Frases	“São feitas grandes coisas por meio de quem espera grandes coisas no senhor” “Quando você perde para Deus, aí que você ganha” “ Eu segurei muitas coisas em minhas mãos, e eu perdi tudo; mas tudo que eu coloquei nas mãos de Deus eu ainda possuo”
Camisas	“Vivo diante do trono de Deus” “100% Jesus” “Jesus te ama” ⁷ “O Senhor é meu Pastor” “Faça como EU conheça JESUS”
Chaveiros	“Jesus” “Deus é Fiel” “Propriedade de Jesus

⁷ É um exemplo clássico baseado em vários textos que falam que Jesus Cristo morreu por amor aos homens.

Vidro de água	(Para tirar mal olhado)
Agendas	“Deus é Fiel” “Meu dia-a-dia com o Senhor” “100% Jesus”
Bíblia aberta	(Salmo 123, dá sorte)
Letreiros no interior dos boxes	“O Senhor é meu Pastor, nada me faltará” “Deus é Fiel” “Propriedade de Jesus” “Tá amarrado ⁸ ” “O sangue de cristo tem poder ⁹ ”

FONTE: Pesquisa do autor no local outubro/2008 a maio/2009

Como resultado da abordagem, percebemos que uma parcela considerável da amostra apresentou múltiplas medições materiais, externando uma fé utilitarista e instrumental, para dar subsidio as afirmações acima, escolhemos para análise de conteúdo as mais significativas ou aquelas que apresentaram uma maior frequência. Enquanto outros, que não apresentavam elementos simbólicos em seu local de trabalho, tinham uma frase de efeito, que denotavam uma profunda fé na religião ou na igreja a que estão filiados:

⁸ Baseado em textos bíblicos que sugerem que o mal pode ter seu poder reduzido (Marcos 3.27, Judas 9). A teologia clássica não sugere um poder mágico nas palavras, mas modernamente tem sido usado neste sentido, daí a necessidade de tomar-se cuidado com as palavras utilizadas, pois podem atrair o mal para o outro. A defesa seria neutralizar o poder do mal através do ‘amarrar’.

⁹ No texto bíblico, sangue significa sacrifício para remissão de pecados, já que no Antigo Testamento um animal era sacrificado para expiar o pecado do povo, com a morte de Jesus, o termo indica a morte expiatória do Salvador

Figura 6 - Frases de efeito da parede interior de um Box



As igrejas procuram dar um sentido calvinista aos comerciantes, já que esta vertente protestante tem uma maior afinidade com o capitalismo, pois somente o trabalho é capaz de dissipar a dúvida religiosa e, assim dar aos fiéis a certeza de que fora do trabalho não há salvação, pois é nele que os adeptos se mantêm fora das tentações mundanas, dando assim ao trabalho um caráter religioso, ou seja: uma atividade ordenada por Deus e sendo um caminho para a salvação.

Nesse sentido o trabalho passa a ser considerado uma vocação, assim, trabalhar para a glória de deus é o que importa, custe o que custar, tenha ou não o fiel(comerciante) necessidade de meios de subsistência, ele é obrigado a trabalhar porque se trata de uma ordem de Deus e a fé precisa ser comprovada, não basta, senti-la, sendo desse modo que Weber (1987) entende a doutrina da predestinação. O uso de frases do tipo:

“Eu e minha igreja somos carne e osso, o que der pra um dá pro outro”

“Se eu não vendo nada, minha fé está pouca. Com fé eu vou”

“As pessoas felizes são aquelas que amam a Jesus e sua igreja”

“Meu rei é Jesus, quem sou eu sem ele”

“Meu Jesus é tremendo”

Por outro lado, os comerciantes participantes da pesquisa, acham que religião resolve tudo em nome de Deus e segundo essa ótica, não há utilitarismo nessa conduta, pois não se

vive a ruptura de planos¹⁰ entre o céu e a terra, existe um recurso explicativo vinculado a uma visão de mundo totalizante, segundo a qual todo mal e todo o bem se iniciam no plano místico, estes têm uma visão de mundo complexa.

Quando perguntamos sobre a oferta dos dízimos as instituições religiosas, as quais estão vinculadas, as respostas sempre ficaram associadas às noções de “bençãos” e/ou de “milagres”, cujo retorno se via em função de saúde, prosperidade, superação de vícios, melhoria financeira, harmonia no lar e outros mais, a igreja para eles seria uma espécie de organização humana dedicada principalmente a prover necessidades materiais baseadas em presunções sobrenaturais, o que seria a magia.

[...] Nós plantamos, colhemos, trabalhamos, recebemos, vivemos e respiramos no mundo que é do Senhor. E ele só pede em troca 10 % do que recebemos isso é benção [...]

[...] Nós não damos o dízimo, nos devolvemos o dízimo ao Senhor, poder dar para mim é um milagre de Deus [...].

[...] Dar o dízimo é uma questão de fidelidade e obediência ao Senhor, é o milagre divino

[...] Quando não damos o dízimo trazemos maldição para nós mesmos, dar é benção meu senhor [...]

[...] Às vezes a pessoa não dá o dízimo e acaba gastando mais com farmácia.
[...] Jesus fez o milagre de eu poder dar, pois eu venho do nada, aleluia senhor

Aqui percebemos que essas falas apresentam uma consistência dos discursos religiosos (evangélico), pois essas pessoas apresentam uma linguagem muito peculiar das encontradas nas igrejas evangélicas, principalmente nas (filiações) neopentecostais, associadas a isso, apresentam determinados elementos simbólicos, que segundo eles tem a finalidade de controlar o mundo que os envolve, atraindo para si a igreja, como forma de não perder a

¹⁰ O termo kosmos significa ‘mundo organizado’ que se opõe a Deus, dentro do conceito neotestamentário. No Antigo Testamento encontramos o termo como ‘todas as coisas’ ou ‘o céu e a terra’. O conceito neotestamentário também indica que a humanidade é a parte mais importante do universo, é o vocábulo grego que passa a ser utilizado no sentido de seres humanos, sinônimo de he) oiloumene ge), que significa ‘terra habitada’, ou seja, são três significados diferentes para o termo e os evangélicos usam mais o primeiro sentido.

esperança, tendo essa espécie de magia encontrada na igreja indispensável para sua prosperidade.

No local percebemos uma espécie de magia e, independentemente da noção que se tenha do termo, fizemos uma analogia com o fenômeno em termo passado, outrora a magia era utilizada pelas igrejas para proteger contra “olho grande”, bruxaria e situações incertas e perigosas, hoje as igrejas evangélicas atualizam-na para resolver problemas da sociedade moderna, sobretudo os que atormentam as pessoas nos campos econômico, afetivo, psicológico e terapêutico. Segundo Sanchis (1997, p.13), “o neopentecostalismo desenvolve a magia numa escala de ação até agora inesperada, sem deixar de dialogar, mobilizando a figurado Espírito Santo, com um fundo cultural pré-moderno que atravessa o campo religioso brasileiro”.

Figura 7 – Box no Interior do SCT com frase indicativa



Com a máxima “Pare de sofrer”, os líderes evangélicos tomam para si o poder de liquidar os problemas dos fiéis (comerciantes do local), desde os mais simples até os aparentemente de maior complexidade, como a expulsão de supostos demônios e se dizia detentores dos meios legítimos de resolução milagrosa das angústias daquelas pessoas que os procuravam. Ao invés de supervalorizar temas bíblicos tradicionais como o sacrifício e a humildade, eles valorizavam a fé em Deus, como um meio eficaz para alcance a saúde física,

mental e financeira. Esse é um fenômeno de adaptação da sociedade moderna à lógica de onde parte o princípio de que tudo se vende e se compra.

Os comerciantes, por sua vez, acreditam nos milagres mediados pelas igrejas evangélicas, a partir de rituais extremamente emotivos, a divulgação de testemunhos e dos textos bíblicos associadas a uma doutrina voltada para a grandeza material, foram elementos que contribuíram para estabelecer uma aliança maior com o sobrenatural, buscando a todo tempo uma forma de ser fiel aos seus desejos espirituais, produzindo um ré encantamento com o mundo e, inserindo a religião naquela sociedade,.

Os pastores passaram a visitar o Shopping Centro Terceirão, com certa constância, sempre orientando os comerciantes-fieis no sentido de uma prosperidade material e espiritual e se distinguem por santificar a vida diária em contraposição à contemplação do divino, condição que favorece o espírito capitalista moderno, buscando de certa forma idealizar, identificar, o tipo ideal de conduta religiosa. O quadro de filiação religiosa abaixo justifica a quantidade substancial de evangélicos no local.

Podemos constatar que o protestantismo trouxe várias inovações ao espectro religioso brasileiro, “a inserção na mídia televisiva, a explícita prática político-partidária, a organização racional da igreja aos moldes de empresa. Houve, enfim, a adaptação do protestantismo à vida cotidiana nas cidades contemporâneas, sobretudo as metrópoles” (CAMPOS 1997; FONSECA 2002; ORO 2003).

O nosso convívio com os comerciantes, em horários alternados, permitiu ver como o “mercado evangélico” constrói suas fronteiras e identidades ao se relacionar com elementos não evangélicos e na forma como eles se estruturaram, avançam a cada dia, sobre o espaço estipulados a partir de um público fiel. Os não evangélicos são mais passivos e, menos coesos nessas relações. Isso demonstra a quantidade de evangélicos no local e a participação das igrejas evangélicas, com as suas novas formas e novas práticas, também contribui para esse número.

Já para Oro (2009) o neopentecostalismo junta a lógica do dom com a lógica do mercado construindo a lógica do dom quantificado. Neste sentido, o ele também exacerba a noção de sacrifício pessoal, esse procedimento, deve-se a uma concepção religiosa como um plano fundante do real, que mostra sua vigência quando se agradece a Deus, o que numa perspectiva laica seria resolvido por médicos e quando se pede a Deus, a força que reside

dentro do próprio indivíduo; sobretudo, quando frente às contrariedades e imponderáveis da vida se interroga pela “ação do demônio”, “maldição”, “trabalho”, “encosto”, “olho grande”, entre outros e quem mais renunciar ao dinheiro e

doá-lo à igreja terá mais chances de alcançar as graças esperadas. É essa ressemantização do dinheiro efetuada pelo neopentecostalismo que faz desse segmento religioso um dos mais polêmicos e controvertidos nos dias atuais. Igualmente, o neopentecostalismo, ao integrar largamente o uso de símbolos em seus rituais, e ao enfatizar interpenetrações e influências recíprocas entre campos e esferas que uma lógica mais formal havia demarcado como espaços separados, toma também fluída as fronteiras entre magia e religião, religião mágica e religião ética. (ORO, 1996, p. 26).

A seu modo, produz uma “magia moral”, segundo a expressão de Mariz (1995, p. 35), ou seja, “embora a “mágica”, a emoção, enfim, a experiência mística pentecostal seja fundamental, a novidade do pentecostalismo, aquilo que o torna atraente, estaria antes na “eticização” da religião, ou em termos weberianos, sua racionalização”. Um dos aspectos da racionalização reside na introdução, por parte do neopentecostalismo, da magia sacrificial, ou seja, de práticas ritualísticas que visam a obtenção de compensadores específicos nos quais o dinheiro detém importante centralidade, seu uso obedecendo, porém, a um escalonamento de valores onde quem der mais, portanto mais se sacrificar, terá mais chances de ser agraciado, e onde a dimensão da graça esperada guarda relação com a quantidade ofertada.

Por outro lado, nas últimas décadas, nos deparamos com a configuração de uma nova abordagem religiosa, que é marcada, como nos mostra Birman (2001, p. 28), pela fragmentação da subjetividade; fragmentação esta que é acompanhada pelo engendramento de novos modos de subjetivação. Essas novas maneiras de construção da subjetividade tendem a colocar o eu diante de uma fatídica encruzilhada, onde um lado aponta para a possibilidade de poder ocupar o lugar de objeto de glorificação, enquanto o outro caminho apresenta o risco de se deparar com o fracasso do ideal de realização de uma estética perfeita da existência.

O neopentecostalismo¹¹, também chamado por alguns autores como pentecostalismo autônomo, pentecostalismo místico, é uma vertente do movimento evangélico que apareceu no Brasil em finais dos anos de 1970, fortalecendo-se nos idos de 1980. Como bem analisa

¹¹ Através da sedutora mensagem *Pare de Sofrer*, os líderes neopentecostais afirmam debelar, *em nome de Jesus*, quaisquer tipos de sofrimento, que vão desde a resolução de problemas com drogas, alcoolismo e violência dentro da família, passando pela cura de todo tipo de doença (física ou mental), exorcismo de opressões espirituais, encostos, até a resolução de questões tão genéricas como conflitos amorosos, mau olhado e inveja.

Campos (2002, p. 48), esta doutrina é obviamente uma teologia muito apropriada para os excluídos que se multiplicam em nosso país, principalmente depois do processo de industrialização, pois a urbanização caótica que criou naquele tempo um contingente que se sentia desengano e revoltado com a vida, mas ainda com vagas esperanças.

Percebe-se, com isso, que a lógica que atravessa a composição do quadro doutrinário do neopentecostalismo incide em um inteligente trânsito simbólico de ideias e valores oriundos de matrizes tão distintas, como o são o catolicismo popular (mau olhado, inveja), as religiões afro-brasileiras (descarrego, opressão espiritual) e o próprio protestantismo (prosperidade, pastor, reavivamento da fé).

Almeida e Montero (2001) nos falam de uma antropofagia religiosa efetivada pelo neopentecostalismo que, ao trabalhar com os binômios negação/inversão e assimilação/continuidade, consegue misturar exus com glossolalia, exorcismo com transe, aproveitando o solo altamente sincrético de nossa religiosidade. Procuramos investigar o que as diversas igrejas evangélicas têm feito e dito àquelas pessoas.

Constatamos que as várias modalidades religiosas entrevistadas querem manter seus adeptos e conquistar novos seguidores, como não existe apenas uma denominação, que possa ser chamada exclusivamente de evangélica, coloca-se em disputa um verdadeiro mercado religioso, que se caracteriza pela oferta de bens simbólicos e do serviço religioso em si – não apenas em celebrações habituais, mas também em atividades variadas e propagadas pelos meios de comunicação de massa. A mensagem religiosa é veiculada a fim de atingir um público já cativo e outro, mais amplo, de potenciais adeptos.

Para contextualizar as falas dos sujeitos, com os ensinamentos das igrejas que participaram da amostra, cujas filiações foram mencionadas pelos comerciantes entrevistados: Assembleia de Deus, Presbiteriana, Batista, Renascer em Cristo, Cristo é Amor, Igreja do Evangelho Quadrangular, Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Internacional da Graça, onde fizemos visitas em dias e horários diferentes, nos cultos dessas filiações, com o intuito de caracterizar os dois grupos de pesquisados, ou seja: os comerciantes/fiéis evangélicos e os pastores/consultores na gestão dos empreendedores.

4.3.2 - Uma Nova Lógica Na Cultura Evangélica No SCT

Naquele espaço a religião manifesta-se, para análise, como fato, representação, revelação, tradição ou fenômeno. Nesse leque conceitual há um cerne aglutinador constante, o poder. O poder religioso, no sentido amplo, justifica-se sob o sagrado e se materializa na instituição hierarquizada. A expressão simbólica deste poder é ornada no discurso religioso ou nos símbolos existentes no local. Nesta interação da religião com a dinâmica do mundo concreto, o pensamento de Weber (1993) indica uma relação entre ideias e interesses.

Na era da globalização, de um mundo sem fronteiras, onde a sociedade de consumo assume um lugar de destaque na economia, o capital vem conseguido criar e recriar localizações e espaços de varejo que propagam constantemente, a ideologia da melhor qualidade de vida, com o propósito constante de substituir a diversidade pela padronização. No entendimento da cultura do mercado, quem consome bens e serviço é cidadão, enquanto na lógica da cultura evangélica, consumir bens e serviços religiosos é ser cidadão do reino de Deus.

Nesse caso, o consumo não é apenas uma ação que responde a lógica de mercado, mais que isso constitui um elemento produtor de valores e sentidos religiosos. Ao tratar do tema Calissi (2002), assim se expressa, em relação ao valor simbólico dos produtos consumidos pelos Cristãos:

“Cristão” é hoje uma logomarca. Essa logomarca leva o consumidor Cristão a sentir o desejo de consumir o produto. Temos o telefone Motorola, Nokia, LG, mas o aparelho que é destinado para esse mercado, com mensagem bíblica, palavra, música (Há seis opção de hinos para a chamada ... o cristão em si gosta de tudo o que é relacionado ao seu mundo, o atrai ... hoje se fala de crises pelas quais as pessoas passam no que diz respeito à parte financeira. No religioso, por poupar, ou porque ele economiza, o consumidor investe naquilo que dá retorno para ele e para a família: tem um valor religioso, o valor simbólico do produto.

O mercado, para ele, funciona como uma espécie de retaguarda para algo que é considerado maior: o cultivo da fé: Os consumidores evangélicos atendem positivamente aos apelos dos agentes religiosos, entendem que os produtos comprados são consagrados por Deus e, para Deus, sendo muito comum adesivos que interage com a proposta, são frases do tipo “Propriedade exclusiva de Jesus”, “A serviço do rei”, “quem tem Jesus, tem Tudo” “100% Jesus”, “foi Jesus quem me deu”, querendo dessa forma testemunhar que o bem

consumido tem um caráter Cristão, mostrando que ao comprar o bem é sinal da benção de Deus em sua vida.

Quando a gente coloca “consumo” e “cristão” juntos, parece que dá uma pane, mas na verdade, a gente compra roupa, a gente vai a supermercado, a gente vai a lojas, shopping...todo mundo vai, cristão ou não cristão. Todo mundo vai ao cinema, compra televisão, micro-ondas...porque não pode comprar uma bíblia, um CD, um vídeo, segmentado, que está de acordo com sua fé? Então a gente ta lidando com uma questão conceitual aí. Na verdade ele já faz tudo isto, só que a gente ta falando: “Olha, consumir não é pecado”. (SILVA, 2008, p. 15)

Nota-se também que o consumo religioso cristão de cultivar a fé, externa um valor simbólico para as pessoas, quando são externadas por meio de uma linguagem apropriada, de um marketing institucionalizado, de um cuidar em relação ao sujeito¹² ou de apelo nas comunicações orais. O que marca o novo mercado cristão naquele local pode ser representado pelo lucro e pelo sucesso nos negócios, por parte dos comerciantes e o valor atribuído nos sinais que marca as ações de Deus na vida de cada um.

Os consumidores e os comerciantes do SCT são interpretados como um segmento de mercado que deve seguir a lógica do mercado e de modernização a partir da ética cristã e o fato dos cristãos terem se tornado um segmento do mercado, em todos os níveis sociais, que pode ser facilmente identificado no dia-a-dia das sociedades de consumo, mas especificamente naquele shopping popular.

A pós-modernidade provoca o surgimento de uma nova religião e de uma nova ética, para tanto mister se faz compreender os valores e as nuances da cultura pós-moderna, no intuito de modelar esses consumidores, os seus novos valores sociais e individuais e criar mecanismos que dê uma resposta convincente as mudanças que esse comportamento provoca.

Para tanto é preciso refletir sobre as Ciências das Religiões na contemporaneidade, quando nos deparamos com novos elementos que assinalam a complexidade desse campo, ao mesmo tempo em que, se verifica que a mesma tem sido marcada por profundas e

¹² Normalmente, entende-se por sujeito o indivíduo que é capaz de agir por si mesmo, isto é, capaz de pensar, decidir e atuar conforme a sua própria decisão. Sendo assim, a subjetividade engloba todas as peculiaridades imanentes à condição de ser sujeito envolvendo as capacidades sensoriais, afetivas, imaginativas e racionais de tal pessoa

significativas transformações, como: trabalhar com os personagens que são os atores sociais e definidores do próprio fenômeno religioso.

Assim a economia subterrânea tem consequências negativas, sobretudo se pensarmos que ela contribui, em maior ou menor extensão, para a subtração da capacidade de investimento do Estado, para a injustiça fiscal ou para o aumento das situações anômalas no mundo do trabalho; mas, ao mesmo tempo, pode ser vista como um sinal de dinamismo individual e social perante situações de crise econômica, que tende a amortecer, ou até perante a incapacidade do Estado em promover políticas de integração e de desenvolvimento, particularmente ao nível laboral, foi neste aspecto que as igrejas evangélicas transformou aquele espaço num tempo de fé

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A associação entre religiosidade e trabalho é algo visível no interior do Shopping Centro Terceirão, que nos permite pensar não necessariamente numa relação entre a religiosidade, a ordem laboral e economia informal, porém num sentido mais amplo como; as relações entre sistemas morais, cosmovisões e estruturas institucionais. Neste sentido, a relação entre ethos moral religioso e trabalho, nos leva a pensar, no que Boltanski & Chiapello (1999), vai chamar de uma (...) ética laica contemporânea do chamado capitalismo avançado” “como um leque englobante de transformações laborais e religiosas que apresentam similitudes (...) .

Quando eles foram transferidos para o SCT, a princípio sentiram dificuldades em vender os seus produtos e, procuram os pastores de suas respectivas igrejas para dar uma ajuda, percebe-se a presença de um elemento descentralizador que opera em relação a uma espécie de ética puritana priorizando as consequências inesperadas dos valores religiosos, pois uma parte significativa se sentiam derrotados e uma apatia dominava a moral coletiva. Quando o contexto se apresentava favorável, graças a interferência das igrejas evangélicas, eles sentiam uma “energia positiva” e, davam testemunhos dessa força sobrenatural.

O cristão lutava contra o maligno no mundo real, encontrando forças suficientes para enfrentar um capitalismo que exige uma dedicação e uma capacidade de autodomínio, autocontrole, de repressão dos instintos de preguiça, de ócio, de prazeres, de vícios. É neste quadro que vamos encontrar aquilo que Weber (1981) dá ênfase quando estuda o protestantismo ascético, mostrando que é preciso ascese e que as pessoas devem levantar cedo e começar a trabalhar e trabalhar até tarde e se possível ter uma dedicação ao labor, como se fosse vocação divina.

Existe uma relação direta entre A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo de Weber e as igrejas Evangélicas que dão suporte aos comerciantes, no sentido de que: a religião não precisa ser mística, não precisa ser tão radical nos seus conceitos, pelo contrário, ela pode ensinar as pessoas a organizarem de uma maneira mais prática as suas vidas, a terem um espírito prático, a saberem que, fazendo isso, elas estarão contribuindo para a glória de Deus.

Quando eles colocam a glória de Deus como o seu objetivo, na verdade o que eles fazem é cuidar do seu dia a dia, de garantir o seu bolso e a sua sobrevivência, este é o protestantismo mais legítimo, que se contrapõe ao protestantismo de Lutero, que se apresenta como um protestantismo do amor, da salvação universal, do arrependimento dos pecados, assim o elemento distintivo da “Ética Protestante”¹³ é o otimismo.

Nesse sentido Campbell (2001) apresenta um pensamento que ajuda compreender o fundamento pós Calvinista: como fundamento de uma religiosidade pós calvinista da emoção e da intensidade e, ratificado por Duarte (1983), que vê que nessa sensibilidade deísta se encontra um dos germes do sentimentalismo romântico do século XIX, eixo de um culto do ‘Eu’. Assim a criatividade e a espontaneidade ‘livre’, encontra os valores morais associados às tradições que são reapropriadas no ethos moral do capitalismo subterrâneo local.

A Economia subterrânea tem implicações mais profundas do que parece. Trata-se de uma cadeia que sustenta um verdadeiro Estado pirata, no tempo e no espaço esse tipo de economia se reveste das mais diversas formas e, os parceiros desse processo não estão situados apenas numa rede visível de trocas livres e de contratos, e sim numa rede de relações de força invisível, nesse aspecto a dominação não é exterior a concorrência; está intimamente ligada a ele.

Ali um parceiro domina o outro e a concorrência pode exercer sua função de seleção numa economia subterrânea. O protestantismo associado a esta rede, exerce com a influência das crenças e das tradições religiosas sobre o capitalismo, uma necessidade de combinar o capital eficiente com os fatores naturais de que dispõem, a fim de satisfazer as necessidades daquela comunidade.

Weber (1981) se refere, a um capitalismo de grandes unidades, de concorrência ou de monopólio diferentemente do capitalismo praticado no local, que é de pequenas unidades, apresentando variáveis de uma economia informal subterrânea, que não paga impostos, vista como uma vasta amortização humana, mesmo assim esse fato não apresenta grandes

¹³ Quando se fala em “ética protestante”, na verdade desconstrói a idéia de que o protestantismo é um bloco único, igual. Há protestantismos das mais diferentes espécies. Há um protestantismo extremamente místico, há ênfase no êxtase e na experiência imediata do gozo, da graça no Espírito Santo, ela pode ter efeitos práticos e pode ter efeitos alienantes.

obstáculos para eles (comerciantes) que possam impedir o funcionamento regular da rede que foi formada.

Por outro lado, todo sistema fiscal modifica o equilíbrio teórico e o funcionamento prático de qualquer modelo capitalista, no caso dos comerciantes do CST, o sistema que impera internamente está dissociado da moral, por conseguinte o imposto de uma forma geral nunca é neutro. É relevante perceber que houve uma mudança na natureza do capital e como consequência na natureza do trabalho, o que antes era fator de produção: o trabalho, o capital e a terra. Atualmente a produção tornou-se mais efetiva, no que se refere ao conhecimento, ou seja: o saber tornou-se um fator primordial na relação de trabalho, nesse aspecto as igrejas evangélicas levam esse saber aos comerciantes e como implicação muda o ethos verdadeiro, que deixou de ser a expressão da opinião de muitos e passou a ser o que está de acordo com a razão.

A fé dos puritanos e dos calvinistas de que trata Weber (1981) contribuiu de alguma forma na gênese daquele centro comercial, a crença na predestinação, a convicção de que o êxito material é sinal do favor de Deus, a seriedade nos costumes e na prática dos negócios, são interesses que não podemos menosprezar. Para explicar o capitalismo, em seus primeiros impulsos e seu crescimento inicial, a melhor coisa é reconhecer a pluralidade das causas e das condições que de certa forma influenciaram o comércio local, bem como reconhecer as condições que interferem uma com as outras, sem que se possa reduzir-se a unidade, nem mesmo organizar-se num esquema simples.

Os comerciantes do shopping apresentaram inicialmente um medo da angústia, diante do incontrolável e da ameaça do caos em face de si mesmo e do mundo, depois um terror diante dos fatos a eles apresentados: o desemprego, o medo de não vender os seus produtos, o medo da fome, da rua, das instituições políticas e da morte e por fim, esperam que a religião seja um instrumento de legitimação e de justificação social e o sagrado¹⁴ para eles, passou a representar a sobrevivência honesta pelo trabalho.

¹⁴ O sagrado no sentido do extra humano, se identifica com a transcendência de um Deus pessoal.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

AGOSTINI, N. (1993) **Ética e Vida Religiosa. Alguns realces em tempo de crise. *Convergência***, Rio de Janeiro, v. 37, n. 358, p. 587-595.

ALMEIDA M. E MONTERO P. (2001). **Trânsito religioso no Brasil**. São Paulo em Perspectiva. Revista da Fundação Seade, 15 (3) , 92-101.

ALVES, R. (2008) **Religião e Repressão**. São Paulo: Loyola-Teológica.

BERGER, P. (1996), **O Dossel Sagrado: Elementos para uma teoria sociológica da religião**. São Paulo, Paulus.

BIRMAN, J. (2001.). **Mal-estar na atualidade: a psicanálise e as novas formas de subjetivação**, 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

BOUDON, R. 1995. Introduction. In: G. SIMMEL, **Les problèmes de la philosophie de l'histoire : Une étude d'épistémologie**. Paris, PUF, p. 7-53.

BOURDIEU, P. (1992). **A economia das trocas simbólicas**. Trad. Sérgio Miceli et alii. 3 ed. São Paulo: Editora Perspectiva.

CAMARGO, C. P. (1973). **Católicos, Protestantes, Espíritas**. Petrópolis: Vozes.

CAMPOS, C. (2002). **Técnicas de Entrevista**. Acesso em 12 de Outubro de 2009, disponível em Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/da130320024>. htm: www.Observatório da Imprensa.com

CAMPOS, L. S. (1997), **Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal**. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio Editora e UMESP.

CAMPOS, L. S. (1997), **Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal**. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio Editora e UMESP.

CARMO, P. S. (1992) **A ideologia do trabalho**. 8. ed. São Paulo: Editora Moderna.

DE SOTO, H. **The other path**. Nova York: Harper & Row Publishers, 1987.

FIGUEREDO FILHO, V. **Entre o palanque e o púlpito: mídia, religião**

FONSECA, Alexandre Brasil C. (2002), **Secularização, pluralismo religioso e democracia no Brasil: um estudo sobre a participação dos principais atores evangélicos na política** São Paulo: Tese de Doutorado em Sociologia, USP.

FRESTON, P. (1993). **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao Impeachment**, tese de doutorado em Sociologia. São Paulo: UNICAMP.

FREUND, J. **A sociologia de Max Weber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

GARCIA, V. P. (2001) **Desenvolvimento das Empresas Familiares**. Rio de Janeiro: Qualitymark.

GIDDENS, A. (1990), **Consecuencias de la modernidad**. Madri, Alianza.

_____ (1990) **Mundo em descontrole**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record.

GONZÁLEZ REY, F. (2005). **Pesquisa qualitativa e subjetividade: caminhos e desafios**. São Paulo: Thomson Learnig.

HERVIEU-LEGER, D. (1987), "**Secularización y modernidad religiosa**". Selecciones de Teología, 26 (103), pp. 217-227.

KÜNG, H. (1999) **Religiões do mundo. Em busca dos pontos comuns**. Campinas: Verus.

LEFEVRE, F., LEFEVRE, A. M., & TEIXEIRA, J. J. (2000). **O discurso do sujeito coletivo: uma nova abordagem metodológica em pesquisa qualitativa**. Caxias do Sul: EDUSC.

LONGCHAMP, A. **Globalização: um novo nome do desenvolvimento**, in Globalização e Fé. Baurú: Edusc, 2000

MACHADO, Maria das Dores. (1996), **Carismáticos e pentecostais: Adesão religiosa na esfera familiar**. Campinas, Editora Autores Associados – Anpocs.

MARIANO, R. (1999), **O futuro não será protestante**. Ciências Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião. ano 1, nº. 1: 89-114. Scielo Brasil.

MARK, K. (1978). **O Capital**. Coleção Os Economistas: Nova Cultural.

MILL, J. S. (1963) Da **Liberdade**. São Paulo: IBRASA.

MINAYO, M.C.S. (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 29 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MONTEIRO, J. C. S. & CARDOSO, A. T. **Weber e o Individualismo Metodológico**. Anais do 3o Encontro Nacional da ABPC – Associação Brasileira de Ciência Política. Niterói – RJ, Julho de 2002.

MORIN, E. **As duas globalizações: comunicação e complexidade**. In: SILVA, J. M. (Org.). *As duas globalizações*. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 1997.

NEGRÃO, L. N. (1994), **Intervenção**, in MOREIRA, A. e ZICMAN, R. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro, Zahar.

ORO, A. P. (1992). **A política da Igreja Universal e seus reflexos nos campos religioso e político brasileiros**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. v. 18, , nº 53: 53-69.

OTTO, R. (1992) **O sagrado: aspectos irracionais na noção do divino e sua relação com o racional**. Tradução de Walter O. Schlupp. São Leopoldo: Sinodal, EST; Petrópolis: Vozes.

PERROT, E. **Ambiguidades da globalização**. Concilium, Petrópolis, v. 293, n. 5, p. 14-23, 2001.

PETRELLA, R. (2008) **A urgência de um contrato social mundial face aos desafios** Petrópolis, RJ: Vozes.

PIERUCCI, A. F. (2001) **A magia**. São Paulo: Publifolha. 113 p.

RAMOS, L. (2007) **O desempenho recente do mercado de trabalho brasileiro: tendências, fatos estilizados e padrões espaciais**. São Paulo: IPEA.

RIBEIRO, R. N.; & BUGARIN, M. N. S. (2003) Fatores determinantes e evolução da economia submersa no Brasil. Estudos Econômicos, v. 33, n. 3, p. 435-466.

RICARDO A. **Adeus ao Trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a Centralidade do Mundo do Trabalho 8ª edição. São Paulo: Editora da Unicamp, 2005

SANCHIS, P. I. (2008). **O campo religioso contemporâneo no Brasil**. Petrópolis.: Vozes

SANTOS, M. (2002) **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia. São Paulo: Hucitec.

SIMMEL, G. (1997). **Essays on Religion**. Durham: Yale: Yale University Press .

_____ 1967 **A metrópole e a vida mental**. In: VELHO O.G. (org.), *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro, Zahar.

SOUZA, B. M.; GOUVEIA, E. H.; JARDILINO, J. R. L. (Org.) (1998) **Sociologia da Religião no Brasil: revisando metodologias, classificações e técnicas de pesquisa**. São Paulo: PUC.

VYGOTSKY, L.S. (1982). *Sobranie Sochinenni (Collected Papers)*. Vol. I. Moscou: Pedagogika (original de 1926). Citado por KOZULIN, A. (1990). *Vygotsky's Psychology: A Biography of Ideas*. New York: Harvester Wheatsheaf.

WATANABE, K. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 7. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

WEBER, M. (1981). **A Ética Pprotestante e o Espírito do Capitalismo**. 2ª ed. São Paulo: Pioneira .

_____ (1991). **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva** vol. 1 (1 ed 1921). Brasília: Editora UNB .

_____ (1979). **Sociologia** (introdução e organização de Gabriel Cohn) . São Paulo: Ática. .