

ANPOCS – XXII ENCONTRO ANUAL
Caxambu, MG - 27 a 31 de outubro de 1998

GT RELIGIÃO E SOCIEDADE

“MERCADOLICISMO”?
código: 98GT1612

Lísias Nogueira Negrão (USP/CER)

“Mercado na religião e religião do mercado”, tal é o tema proposto à reflexão nesta mesa. Envolve duas questões evidentemente relacionadas mas que não são a mesma: a mercantilização do sagrado e a sacralização do mercado. No primeiro caso temos um fenômeno milenar que precedeu inclusive à própria economia de mercado tal como se configurou a partir da emergência do capitalismo e mesmo à sua expansão em escala mundial a partir do século XIX, para atingir seu clímax na pós-modernidade. A comercialização do sagrado e sua “distorção” como instrumento de lucro, mercado de bens e marketing religiosos, tais são seus subtemas.

No segundo caso, seguramente de surgimento mais recente já que parece constituir-se em resposta teológica e sociológica ao neoliberalismo, temos a extensão do caráter sagrado, tido como específico da religião, ao próprio mercado, que assumiria certa transcendência em razão das características, a ele atribuídas por seus apologistas/fiéis, de “sistema autorregulador que dispensaria o constante corretivo da ação política”¹, assumindo inclusive conotações messiânicas. Visto como sistema totalizador dotado de dinâmica própria independente da ação humana, o mercado seria, adaptando o que afirmou **Durkheim** ao propor sua interpretação sociológica da Religião, “o que um Deus é para os seus fiéis”².

Neste breve comunicado discutirei este segundo termo proposto pela mesa, com eventuais referências ao primeiro. São reflexões iniciais, necessariamente provisórias, dada a recente emergência do tema na sociologia da religião. Se a visão capitalista liberal já trazia entranhada dentro de si tal veneração ao mercado, sua descoberta como “religião” pela análise sociológica é, contudo, recente - a menos, é lógico, que consideremos os escritos de **Marx** sobre “o fetichismo da mercadoria”. Entre nós, foram os teólogos, sobretudo os ligados à teologia da libertação, que inicialmente a perceberam e a rejeitaram como “idolatria”³ em seus escritos a partir da década de 80. Como tema da sociologia da religião, ensaia os primeiros passos ou, mesmo, engatinha.

¹ **Assmann**, Hugo - “As falácias religiosas do mercado”. *Misticismo e Novas Religiões*, Alberto **Moreira** e Renée **Zicman** (org.), Ed. Vozes-USF, SP, 1994.

² **Durkheim**, Émile - *Les Formes Élémentaires de la Vie Religieuse*. Paris PUF, 1968.

³ **Hinkelammert**, Franz, *As Armas Ideológicas da Morte*, SP, Paulinas, 1983; **Dussel**, Enrique, *Uma Filosofia da Religião Anti-Fetichista*, SP, Loyola-Ed. UNIMEP, 1984; 2º) **Assmann**, Hugo, texto indicado na nota 1 mas também *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina*, Petrópolis, Vozes, 1986 e *Clamor dos Pobres e Racionalidade Econômica*, SP, Paulinas, 1990; **Assmann**, H. e **Hinkelammert**, F., *A Idolatria do Mercado*, Petrópolis, Vozes, 1989.

Uma primeira indagação pertinente se coloca: qual o fator, ou quais fatores, teriam propiciado a emergência do tema? No caso da teologia da libertação a resposta parece mais clara: a opção pelos pobres conduz à crítica da exclusão social inerente à dinâmica própria do mercado mas negada ou minimizada pelos seus porta-vozes (sacerdotes?). Os mecanismos excludentes dos não integrados ou não integráveis, abre espaço à crítica religiosa do mercado, desvendando sua ocultação “idólatra” de interesses materiais e revelando sua verdadeira natureza não religiosa. Creio ser esta a mesma via de acesso ao tema por parte da sociologia, ou seja, a crítica não mais religiosa mas ainda talvez nela inspirada, ao neoliberalismo triunfante. Uma reação contra as teorias do fim das ideologias ou da história, que pipocaram a partir da frustração com a alternativa socialista e do fracasso de algumas de suas experiências históricas.

Não obstante esta convergência, há uma diferença já perceptível entre as versões teológica e sociológica: embora naquela não se negue o caráter propriamente religioso do mercado, tal religião é vista como falsa por seus formuladores, por seu caráter “idólatra”. No caso da segunda versão, o caráter religioso do mercado é dado como assegurado sobretudo pela afirmação de sua transcendência à vontade humana e por sua dinâmica auto-reguladora, tal como considera **Renato Ortiz**⁴. Outros parecem ser mais cautelosos, como **Pedro Ribeiro de Oliveira**, que julga o sagrado do mercado como imanente, na medida em que não sobrenaturaliza nem naturaliza as relações sociais, mas que não deixa de ser sagrado: o é de um novo tipo.

Esta atitude teológica de recusa do caráter religioso da religião do mercado e de sua denúncia como falsa, não é algo de novo ou episódico, mas a reiteração da atitude de certa teologia (não de toda teologia) de desqualificação das religiões populares, justamente pelo seu apego ao material. Já há cerca de duas décadas, o teólogo **Rubem Alves**, ao comentar texto do sociólogo **Duglas Teixeira Monteiro** apresentado em seminário sobre “A Cultura do povo”⁵ junto à PUC-SP, indagava, no exercício da “arte da desconfiança”, se as igrejas pentecostais então chamadas de cura divina (Deus é Amor, entre outras), seriam religião, concluindo pela resposta negativa. As considerava agências de solução de problemas da vida cotidiana e rotineira, sendo o sentido de suas práticas fragmentário e imediato, faltando-

⁴ Ver **Ortiz**, Renato, em sua intervenção no debate do comunicado de Hugo **Assmann** publicado na coletânea de Alberto **Moreira** e Renée **Zicman** indicada na nota 1.

⁵ *A Cultura do Povo*. **Valle**, J. Edênio e **Queiroz**, José J. (org.), SP, Cortez & Moraes - EDUC, 1979. Texto-base de D. T. **Monteiro**: “Igrejas, Seitas e Agências, aspectos de um ecumenismo popular”; texto-comentário de R. **Alves**: “A empresa de cura divina: um fenômeno religioso?”.

lhes o sentido mais universal capaz da compatibilização entre biografia e história, este sim, característico das verdadeiras religiões.

Esta tendência expressa em certas análises filosófico-teológicas convergem com outras difusas na mídia e mesmo nos ambientes intelectualizados, segundo as quais o caráter mercantil evidente do chamado neopentecostalismo as descaracterizaria como religião. Se as levássemos à sério e as confrontássemos com a tendência sociológica atual de conferir status religioso ao mercado, chegaríamos a um paradoxo: de um lado uma não-religião (na medida em que não há a crença em seres espirituais), a do mercado, que é religião; de outro lado, uma religião (as igrejas de cura divina pentecostais ou o neopentecostalismo) que não a é.

Para fugir de armadilhas deste tipo impõe-se, acredito, uma aprofundamento da discussão. Creio que todas estas afirmações sobre a sacralidade do mercado e de sua identidade total (transcendência) ou parcial (imanência) com o sagrado enquanto categoria distintiva dos fenômenos religiosos convencionais, está por ser feita. Meu posicionamento pessoal no momento é de ceticismo quanto à propriedade de sua aplicação, senão em sentido metafórico, e de sua fecundidade analítica. Cabe a seus defensores a tarefa de demonstrar tanto uma quanto outra, tarefa que antevejo como muito árdua e talvez inconseqüente.

Quanto à primeira proposição do tema desta mesa, referente à mercantilização do sagrado, nada tenho a ressaltar, em que pesem as críticas que lhe têm sido feitas e as dúvidas que ainda pairam sobre sua pertinência e validade, tal como expressou texto dos organizadores da reunião de 1991 da CISR: “Falamos livremente de mercado religioso, de capital simbólico, de produtividade espiritual, de investimento espiritual, etc. São estas referências ao vocabulário da economia simplesmente o reconhecimento pela sociologia do caráter de ciência social dominante, atualmente, da ciência econômica? Ou eles implicariam em algo mais: sugeririam, por exemplo, que o domínio religioso é de fato estruturado de um modo similar à arena econômica, que ele funciona de acordo com a mesma lógica e que é, portanto, sujeito das mesmas indagações?” Desconheço se a Conferência chegou a algum consenso sobre estas questões, embora pareça-me que o corporativismo sociológico tenha recusado a subalternidade à economia. De qualquer forma, creio que a análise sociológica clássica (com **Weber**) e contemporânea (com **Bourdieu** e **Berger**, entre outros), já tenha demonstrado o caráter heurístico da conceituação econômica aplicada ao estudo do campo religioso, fertilizando-o. Por outro lado, o próprio

desenvolvimento histórico recente deste campo, é pródigo em evidenciar empiricamente a penetração da lógica burocrática e econômica dentro das instituições religiosas. O que não significa, no entanto, necessariamente sua descaracterização enquanto organizações com finalidades religiosas, mesmo nos casos mais agudos. A eventual “exploração” econômica da crença, pressupõe a preexistência desta.

Tornando ao tema da sacralização do mercado que, no momento, mais me interessa, parece-me ter ele se introduzido concomitantemente ou, imediatamente em seqüência, à análise do que tem sido chamada de “a crise das instituições tradicionais produtoras de sentido”. Isto é, diagnostica-se, num momento de grande efervescência religiosa, com o surgimento de novas religiões, seitas e movimentos de cunho místico, um esvaziamento relativo das religiões tradicionais. E não são apenas estas instituições que entram em crise diante do “furor místico” que assola nossa instável pós-modernidade: perdem terreno também as cosmogonias científicas e os ativismos político-partidários convencionais. A crítica à ciência, que neste fim de século, não cumpriu suas promessas ou não atendeu às expectativas geradas pelo seu desenvolvimento, paralelamente à frustração com os movimentos políticos, sobretudo o socialismo, conduziram à perda do terreno recentemente conquistado pela primeira como alternativa ao sentido religioso e à semi-paralização dos segundos. Enquanto instâncias produtoras de sentidos amplos que dão conta da explicação da complexidade da vida natural e social, entraram em decadência tanto a “**cosmificação**” primeira e mais genérica, a religião, como seus sucedâneos científicos e políticos⁶.

Apesar de ser esta a função clássica da religião, não se pode esquecer de que ela também tem outras funções, muito mais “miúdas” e terrenas. O próprio **Weber**, inspirador maior da idéia dos princípios totalizadores da religião, adverte que ela existe prioritariamente “para que vás bem e vivas longos anos sobre a terra”⁷, mesmo no caso dos cultos aos mais transcendentos deuses. Embora a profecia ética, em suas origens, implique na elaboração de uma mensagem racionalizada e moralizada a partir de uma visão unitária da vida e do mundo, própria das camadas intelectuais que a produzem, ao se propagar e atingir as massas adquire um caráter predominante de redenção religiosa dos males imediatos do mundo, tornando-se religiões de salvação. A mencionada tentativa de **Rubem Alves** de

⁶ **Berger**, Peter. *O Dossel Sagrado, Elementos para uma Teoria Sociológica da Religião*. Ed. Paulinas, SP, 1985, p. 38.

⁷ **Weber**, Max. “Tipos de Comunidad Religiosa (Sociología de la Religión)”. In *Economía Y Sociedad*, Vol. I, Fondo de Cultura Económica, Buenos -Aires-México, 1964.

desqualificar as religiões populares pelo seu caráter prático e imediato, não encontra, portanto, respaldo na teoria sociológica clássica. Nem na realidade empírica brasileira: autores atuais, ao estudar a religiosidade pós-moderna, salientam que os indivíduos não só transitam entre sistemas diferenciados de sentidos, mas também os recortam e combinam de acordo com as exigências de sua biografia e do momento vivido⁸. A função social clássica da religião esvai-se dentro da relatividade do mundo contemporâneo e do decorrente intercâmbio entre múltiplos sentidos.

Os anos 80 e 90 viram a crise das instituições religiosas tradicionais produtoras de sentidos plenos, unívocos e globais e a emergência pujante de seitas e grupos religiosos mercantilizados, produtores de sentidos parciais, e voltados à solução de problemas materiais da existência. O campo religioso complexificou-se, radicalizando sua competitividade e acentuando a subjetivação do sagrado, não só no sentido quase clássico analisado por **Berger** (opção individual, preferência do consumidor), mas também no sentido de que o indivíduo agora pode transitar livremente pelo campo sem a necessidade de adesões permanentes e compor seu referencial religioso próprio apelando a diversas fontes religiosas que compatibiliza de maneira mais sofisticada, ou menos, dependendo de sua informação e formação intelectual. As religiões tradicionais permanecem, ainda influentes e com vastos contingentes de adeptos, mas estão enfraquecidas, e a tendência é enfraquecerem-se cada vez mais, quanto ao apelo de seus princípios totalizadores e ao exclusivismo da opção religiosa.

É neste contexto que o mercado triunfante revela sua transcendência messiânica e o neoliberalismo se torna a ideologia (auto negada enquanto tal) prevalecente, ambigualmente secular e religiosa. Frente à crise das religiões tradicionais, da fragmentação e da instrumentalização das novas religiões pelo próprio mercado, as suas características transcendentais e totalizadoras o deificam. Teólogos vinculados às instituições tradicionais enfraquecidas, correm para desmistificar o deus/ídolo discriminador e excludor; sociólogos em desconforto com o esvaziamento de seus objetos de estudo tradicionais e com a mercantilização dos emergentes, saúdam a novidade que parece vir revitalizar seu campo de estudos, mesmo que critiquem o novo deus e seus

⁸ **Soares**, Luiz Eduardo. "Religioso por natureza -cultura alternativa e misticismo ecológico no Brasil". In *Sinais dos Tempos e Tradições Religiosas no Brasil*, **Landim**, Leilah (org.), ISER, RJ, 1989; **Brandão**, Carlos Rodrigues, "A crise das instituições tradicionais produtoras de sentido". In *Misticismo e Novas Religiões*, **Moreira**, Alberto e **Zicman**, Renée (org.), Vozes-USF, 1994.

adeptos pelos mesmos motivos dos teólogos. Um deles dá “Adeus à sociologia da religião popular”⁹ e apressa-se a fazer a sociologia do (não tão) novo deus. Que sejam felizes. Permaneço fiel aos meus antigos deuses, mesmo que diminuídos em sua transcendência e acomodados à insignificância do cotidiano.

Minha fidelidade às religiões que apelam a um transcendente sobrenatural não se prende à comunhão com suas crenças nem a uma desqualificação da análise do mercado visto através de suas características transcendentais/imanentes. São motivos teóricos e metodológicos que me prendem a esta atitude mais precavida, que em uma apreciação menos benévola poderia ser adjetivada de conservadora. Antes de mencioná-los, creio ser necessário uma rápida incursão na literatura clássica para melhor explicitar-me.

Parece-me evidente que as idéias marxistas referentes ao fetichismo da mercadoria e suas análises do funcionamento do sistema capitalista que oculta ideologicamente a realidade e aliena o trabalhador em relação ao produto do seu trabalho, deverão constituir-se na referência sociológica primeira e mais freqüente na análise sociológica da religião do mercado. Pelo menos têm sido assim no caso das discussões teológicas sobre o assunto. No meu caso, para julgar a viabilidade desta nova religião, prefiro apelar aos autores que, antes de uma crítica da religião, fizeram sociologia da religião. Refiro-me a **Durkheim** e a **Weber**.

No primeiro deles¹⁰ creio que encontraríamos plena justificativa para a sacralização do mercado: afinal, se a economia é o setor mais representativo da vida social nas sociedades modernas, com adiantado processo de divisão do trabalho e se a vida social é a fonte do sentimento religioso, seria lógico deduzir-se a viabilidade de uma “religião econômica” para o Autor. Se nas sociedades dotadas de solidariedade mecânica - primitivas, tradicionais - a religião seria um culto da sociedade pelos indivíduos, decorrente da forte valorização do social dada na própria consciência coletiva, não poderia haver um culto dos indivíduos a si próprios no caso das sociedades dotadas de solidariedade orgânica - modernas -, em que a própria consciência coletiva entranharia o individualismo como valor preponderante? O próprio Autor

⁹ **Ribeiro de Oliveira**, Pedro. *Religião e Sociedade*, vol. 18, nº 2, 1997. A menção não é, de maneira alguma, censura à opção do Autor. É apenas lamento pela perda que ela representará ao estudo da religiosidade popular, pela cessação dos sempre tão instigantes estudos do Autor nesta área.

¹⁰ **Durkheim**, Émile. Obra citada na nota 2.

abriu esta possibilidade nas páginas de *A Divisão do Trabalho Social*¹¹, em que considerou o individualismo uma religião imposta pela própria consciência coletiva das sociedades modernas. Ora, a própria transcendência do mercado está assentada no individualismo¹²: o indivíduo é seu elemento fundante e responsável pela sua dinâmica, de quem tudo vem e para quem tudo vai, embora, conforme lembrou **Renato Ortiz**, o mercado também aniquile o mesmo indivíduo a partir do qual se erigiu¹³. Por outro lado, embora **Durkheim** sempre tenha colocado as atividades econômicas entre as rotinas da vida profana, admitiu o caráter sagrado da política, ao responder afirmativamente à questão por ele mesmo posta sobre isso¹⁴. Além disso, nunca circunscreveu as religiões ao sobrenatural nem aos deuses; aliás, afastou tais idéias como falsas, enquanto características necessárias e universais das mesmas. Sua interpretação sociológica admite uma religião civil, ou mesmo e de certa forma, só a esta admite enquanto tal. Por quê não poderia, portanto, admitir uma religião econômica?

Em **Weber**, a compatibilidade de uma análise do mercado como instância religiosa parece, em princípio, também tranqüila. Afinal, não é com ele que tudo começou? Não foi ele quem primeiro percebeu as ligações entre religião e economia, e analisou as relações no interior do campo religioso como trocas entre bens materiais e simbólicos, mais tarde radicalizadas por **Bourdieu** e **Berger**? Não foi ele quem constatou a racionalidade das aparentemente irracionalidades religiosas e (inclusive) mágicas e sua contribuição à formação do mundo ocidental moderno, essencialmente racional? Contudo, há que se ponderar que se **Weber** admitiu as interinfluências entre religião e economia, ele jamais as identificou, sobretudo em suas análises da modernidade. Constituiriam estas, assim como as outras

¹¹ Referência a esta questão e sua análise podem ser encontradas em **Pizzorno**, Alessandro, no texto “Uma Leitura Atual de Durkheim”. In **Cohn**, Gabriel, *Sociologia: Para Ler os Clássicos*. Livros Técnicos e Científicos Ed. S. A., RJ-SP, 1977.

¹² “Em pleno *affaire Dreyfus*, em um artigo na *Revue Bleue* sobre o ‘o individualismo e os intelectuais’, Durkheim aproveitava a situação para afirmar pública e polemicamente (...) sua fé no individualismo como valor, e mesmo como religião do nosso tempo. Numa sociedade moderna o indivíduo vê reconhecer-se seu direito à livre crítica das instituições e à recusa ao apelo indiscriminado aos interesses coletivos, justamente em nome da verdadeira religião coletiva de nosso tempo, que é a religião do indivíduo: a autonomia da razão é seu dogma; seu rito, a livre discussão. A pessoa humana é sagrada no sentido ritual da palavra, reveste-se de uma majestade transcendental. O homem é ao mesmo tempo o adorador e o deus dessa religião”. **Pizzorno**, Alessandro, op. cit., pag. 55

¹³ **Ortiz**, Renato. Ver nota 4.

¹⁴ “Qual é a diferença essencial entre uma assembléia de cristãos celebrando as principais datas da vida de Cristo, ou os judeus festejando seja a fuga do Egito, seja a promulgação do decálogo, e uma reunião de cidadãos comemorando a instituição de uma nova carta moral ou qualquer grande acontecimento da vida nacional?” *Les Formes Élémentaires de la Vie Religieuse*, op. cit., p.610.

“esferas da vida social” (arte, política, etc.), totalidades parciais dotadas de autonomia e dinâmicas próprias.

Embora nada tenha afirmado sobre a essência do fenômeno religioso, para ele o carisma, fato mágico-religioso por excelência, tem natureza social específica e não pode ser confundido com o político ou o econômico, apesar de, em contextos históricos específicos, relacionar-se com estes das mais variadas formas. O profeta revestido de carisma é o intermediário da revelação e porta-voz dos mandamentos divinos: sua missão é exclusivamente religiosa. Concepção que, aliás, lhe valeram as conhecidas críticas de **Bourdieu**, mas que está muito bem fundada em sua metodologia. Embora julgasse que o capitalismo de sua época já prescindisse de qualquer legitimação religiosa, ao contrário da situação em seus inícios¹⁵, é difícil conceber que **Weber** admitisse uma religião sem a crença em almas, espíritos ou deuses percebidos por seus adoradores como entes sobrenaturais (ou sem carisma), mesmo no caso extremo do longínquo e quase inacessível Deus de Calvino, ainda que se saiba que para ele a religião estivesse sempre voltada prioritariamente à vida neste mundo e a redenção buscada pelas religiões de salvação fosse sempre dos males terrenos. Constituíram-se elas em busca de redenção religiosa face às formas políticas e seculares desta mesma busca¹⁶. Admite Weber inclusive uma espécie de sucedâneo da religião, no caso dos intelectuais que, em busca da salvação da “indigência interior”, desencantam o mundo mas o revestem de um sentido totalizador e unitário¹⁷. Mas tal sentido permanece desencantado: podem conferir significados explicativos do mundo e orientadores da conduta, mas não contém o fascínio e o apelo emocional do carisma. Estariam, inclusive o socialismo sindicalista - “o único que no ocidente europeu equivale a uma crença religiosa” - destinados ao fracasso: “de tais necessidades dos intelectuais e seus corifeus jamais nasceu uma religião nova e que a mesma moda que trouxe este tema de conversação o fará desaparecer”¹⁸. Creio que o Autor não reagiria diversamente em relação à possibilidade de uma “religião do mercado”.

¹⁵ **Weber**, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. Livraria Pioneira Ed., SP, 1967.

¹⁶ Para Weber, comparativamente aos privilegiados, que buscam legitimar religiosamente sua condição, “a situação dos negativamente privilegiados é a contrária. Sua necessidade específica consiste salvar-se dos sofrimentos. **Nem sempre percebem esta necessidade de redenção de forma religiosa**; assim, por exemplo, o proletariado moderno.” **Weber**, Max. Obra citada na nota 7, p. 394, grifo meu)

¹⁷ “O intelectual busca, através de caminhos cujo casuísmo chega ao infinito, dar um ‘sentido’ único à sua vida; busca ‘unidade’ consigo mesmo, com os homens, com o cosmos. Ele é quem inventa a concepção de ‘mundo’ como um problema de ‘sentido’. Quanto mais rechaça o intelectualismo a crença na magia, ‘desencantando’ assim os processos do mundo, e estes perdem seu sentido mágico e só ‘são’ e acontecem, mas nada ‘significam’, tanto mais urgente se faz a exigência de que o mundo e o ‘estilo de vida’ alberguem, em sua totalidade, um sentido e possuam uma ordem”. **Weber**, Max. *Idem*, p. 404.

¹⁸ *Ibidem*, pp. 410 e 411.

Weber é autor reconhecido como metodologicamente muito rigoroso e cuidadoso. Seu maior temor, em função do qual afirma ter se tornado sociólogo e se debateu contra o positivismo, foi a reificação do social entrevista por ele na sociologia produzida por esta corrente de pensamento. Mesmo convicto de que o ponto de chegada da análise sociológica eram as realidades coletivas, apegou-se à ação social vista como exclusivamente individual: instituiu o **individualismo metodológico**, conforme sua própria expressão¹⁹. Creio que no caso da religião deu-se procedimento semelhante. Temeroso de sua redução ao econômico, ponto em que se debateu contra o marxismo, institui o que poderíamos chamar por homologia de **espiritualismo metodológico** (expressão minha, não dele, mas inspirada por seus escritos): a religião, embora admitidamente voltada para este mundo e por ele sendo parcialmente condicionada, tem como referencial um transcendente definido simbolicamente em termos espirituais pelos próprios agentes. Embora possa ser influenciada pelo econômico e adotar sua lógica racional-burocrática, como no caso das hierocracias, a religião define-se nos próprios termos em que a entendem seus agentes, ou seja, religiosos, espirituais²⁰.

Fiel ao meu guru maior, proponho por analogia a extensão de seu raciocínio ao caso em tela. Creio ser prudente excluir a chamada religião do mercado do âmbito da sociologia da religião, não obstante esta disciplina possa fornecer certas ferramentas para sua análise, dadas certas semelhanças estruturais e funcionais entre ela e as religiões convencionais. Como metáfora da transcendência, da auto-regulação e da totalização presentes no mercado segundo seus ideólogos/adeptos, seja em relação à figura mais circunscrita do divino, seja em relação à noção mais genérica do sagrado, considerá-lo como objeto de culto tem seu sentido e sua utilidade. Assim como outras metáforas, a organicista por exemplo, que já tiveram sua utilidade no estudo da sociologia em seus primórdios e que, mais tarde, quando esta criou os seus

¹⁹ “Se agora sou sociólogo então é essencialmente para pôr fim nesse negócio de trabalhar com conceitos coletivos. Em outras palavras: também a sociologia somente pode ser implementada tomando-se como ponto de partida a ação do indivíduo ou de um maior ou menor número de indivíduos, portanto, **de modo estritamente individual quanto ao método**”. Trecho de carta de 1920 ao economista Robert Liefmann, citada por Gabriel Cohn na Introdução de Max Weber: Sociologia - Col. Grandes Cientistas Sociais 13, Ed. Ática, SP, 1979. Grifo meu.

²⁰ “Por mais profundas que as influências sociais, determinadas econômica e politicamente, possam ter sido sobre uma ética religiosa num determinado caso, ela recebe um cunho específico principalmente de suas fontes religiosas e, em primeiro lugar, do conteúdo de sua anunciação e promessa.” **Weber**, Max, “A Psicologia Social das Religiões Mundiais”. In: **Gerth**, H. e **Mills**, W. (org.), Ensaio de Sociologia, Zahar Ed., RJ, s. d.

próprios conceitos e recursos explicativos, foram abandonadas, tal pode ser o seu destino.

Considerar que o desempenho de funções sociais, tidas como específicas, tal como a de conferição de sentidos amplos referentes à compatibilização do contingente biográfico ao condicionante histórico, indique a natureza religiosa do agente que a cumpre é, contudo, enganoso. Já o talvez maior teórico do funcionalismo, ao mesmo tempo adepto e crítico desta corrente de interpretação, **Robert K. Merton**, em sua análise dos postulados funcionalistas convencionais, criticou o que chamou de **indispensabilidade funcional**: entre outros erros, o de julgar que a cada função relevante da vida social corresponderia sempre um mesmo substrato sócio-cultural. Demonstra ele que, assim como um item sócio-cultural único pode ter várias funções, uma única função pode ser produzida por itens diversos em contextos diferenciados²¹. Aquela função, vista como apanágio da religião pode, portanto, ser exercida também por outros sistemas sócio-culturais. Não há a indispensabilidade de considerar-se religiosa a instância que a exerça - o mercado, portanto, apesar de sua característica totalizadora e conferidora de sentido, não seria por isso necessariamente religioso: pode ser simplesmente o que é: economia e ideologia econômica.

Pierre **Sanchis**, se estivesse presente para apresentar seu prometido trabalho sobre as metamorfoses da religião, certamente contribuiria com sua habitual argúcia para esclarecer e enriquecer a discussão, quanto a este aspecto. Realmente, ao longo da modernidade conhecemos uma série de totalizações competindo com a religião no mister de conferir significados de grande alcance para o homem e a sociedade: a razão e o individualismo (conforme vimos com **Durkheim**), a ciência em sua generalidade ou algumas de suas teorias/doutrinas, tais como o positivismo e o socialismo, a psicanálise. O mercado é apenas uma (não tão) nova forma delas. Minha dúvida é quanto à propriedade em considerá-las religião, em função desta coincidência funcional. Prefiro, acompanhando **Berger** que as inclui todas na categoria mais ampla de “**cosmificação**”²², considerá-las cosmificações seculares, reservando às religiões propriamente ditas a remissão ao sagrado. Afinal, quanto a elas não resta dúvidas sobre o que são, mesmo que alguns possam negar-lhes o atributo por diferenças axiológicas.

Por fim, abandonar a ótica funcional no trato da questão e adotar uma perspectiva mais intrínseca e fenomenológica, parece um bom caminho. No

²¹ **Merton**, Robert. K. ,“Funciones Manifiestas y Latentes”. In *Teoria y Structura Sociales*, Fondo de Cultura Económica, México-Buenos Aires, 1965.

²² Ver nota 6.

entanto, julgar a religião do mercado como dotada de sagrado imanente frente ao transcendente das religiões convencionais, também parece não só não resolver o problema, mas talvez o agravar, acrescentando ainda mais confusão: tal seria o tipo do sagrado característico da magia e das crenças mágicas na tradição antropológica (desde **Frazer**) e na tradição sociológica (desde **Weber**). Imanente porque visto como existente no próprio nível humano, acessível ao homem e controlável por ele, no sentido de realizar seus objetivos terrenos. Deste ponto de vista o sagrado do mercado seria antes transcendente: é semelhante ao próprio deus supramundano, auto-suficiente e inacessível ao homem, a quem resta apenas atitudes de louvor, obediência e conformismo.