



A sacralidade invisível do mercado¹

The invisible sacredness of the market

Pedro Assis Ribeiro de Oliveira*

Resumo

Este texto tem por objeto de estudo a religião própria às sociedades de mercado, que Marx chamou de “fetichismo da mercadoria”. Para estudá-la é necessário colocar em questão a concepção de religião como expressão de fé em entes transcendentais ou sobrenaturais, que se aplica bem a religiões deístas mas deixa em segundo plano o fundamento mesmo do fenômeno religioso: a sacralidade. Revisitando a intuição de Durkheim, para quem a sacralidade está associada ao fundamento do consenso social, o texto aplica essa hipótese às sociedades de mercado. A argumentação é organizada em cinco passos: (1) o “crepúsculo dos grandes deuses” nas sociedades de mercado, (2) a crítica à concepção de religião associada à fé, (3) a contribuição de Durkheim para o estudo da religião como fato social (4) o *fetichismo da mercadoria* como sacralidade do mercado (5) as religiões diante da sacralidade do mercado.

Palavras-chave: Religião. Sacralidade. *fetichismo da mercadoria*. Mercado. Fato Social.

Abstract

This paper aims to study the peculiar religious form of contemporary market societies, which Marx has called “commodity fetishism”. It calls into question the concept of religion as the expression of faith in transcendent or supernatural beings, because it is well suited to theistic religions like Christianity, but leaves in the background the very foundation of religious phenomena: the sacredness. Recovering Durkheim's theory of the relation of sacredness to social consensus, this article assumes the hypothesis that sacredness is essential also in market societies. The argument is organized in five steps: (1) the “twilight of the great gods” in market societies; (2) criticism to the concept of religion related to faith; (3) recovering the contribution of Durkheim for the study of religion as a social fact; (4) the fetishism of merchandise as the base for the sacredness of the market; (5) the place of current religions in market societies.

Keywords: Religion. Sacredness. Commodity Fetishism. Market. Social Fact.

Artigo recebido em 04 de março de 2014 e aprovado em 10 de Junho de 2014.

* Doutor em Sociologia. Pesquisador do ISER-Assessoria. País de origem: Brasil. E-mail: pedror.oliveira@uol.com.br.

¹ Este texto reproduz em suas grandes linhas minha aula de despedida da vida acadêmica, proferida na PUC-Minas, em 21 de novembro de 2013.

*Tenho a impressão de ter sido uma criança brincando à beira-mar,
divertindo-me em descobrir uma pedrinha mais lisa ou uma
concha mais bonita que as outras, enquanto o imenso oceano da
verdade continua misterioso diante de meus olhos.*

Isaac Newton

Introdução

O século XX foi o cenário histórico do processo de expansão do mercado até os confins da Terra. A *globalização*, como foi chamada a fase conclusiva desse processo, imprimiu dimensão planetária às sociedades de mercado antes típicas do *primeiro mundo* ocidental. Por isso, hoje falar de sociedade contemporânea é falar de sociedades de mercado. Este texto tem por objeto o estudo da forma religiosa própria a essas sociedades, chamada por K. Marx “fetichismo da mercadoria” (MARX, 1996, p. 194).

Para isso, é necessário abandonar toda ideia de religião como expressão de fé em entes espirituais, transcendentais ou sobrenaturais, porque essa ideia aplica-se bem ao cristianismo e a outras religiões deístas, mas é incapaz de captar o fundamento mesmo do fenômeno religioso: a sacralidade. Retomando a intuição genial de E. Durkheim, para quem o sagrado está onde os fundamentos do consenso social são revestidos de interditos (DURKHEIM, 1960b), nossa argumentação quer demonstrar que a sacralidade não desaparece nas sociedades de mercado, mas nelas assume uma forma inteiramente nova, que cabe às ciências da religião desvelar.

A argumentação faz o seguinte percurso: (1) o “crepúsculo dos grandes deuses” nas sociedades de mercado e a proliferação de religiões, (2) a crítica à concepção de religião como expressão de fé em realidades transcendentais, (3) o resgate da contribuição de Durkheim para o estudo da religião como fato social (4) o *fetichismo da mercadoria* como base da sacralidade do mercado (5) as religiões diante da sacralidade do mercado.

Ao dar ao texto tal estrutura, meu propósito é partir das realidades usualmente pesquisadas pelas ciências da religião, apontar sua insuficiência e então encarar de frente a forma religiosa própria às sociedades de mercado. Aí se coloca o desafio de buscar conceitos capazes de explicar essa forma peculiar do sagrado.

1 O “crepúsculo dos grandes deuses” nas sociedades de mercado

Não há dúvidas de que a religião sofreu forte perda de poder político nas sociedades contemporâneas. Sua importância como sistema regulador da ordem social é cada vez menor, se comparada ao que foi até dois ou três séculos atrás. Socialmente admitida como questão de foro íntimo, a religião é facultativa: nunca obrigatória nem necessariamente meritória. Algo assim como a prática de esportes: nada impede que as pessoas pratiquem a religião, inclusive que o façam como atividade que ocupa todo seu tempo, mas ninguém é obrigado a praticar.

Nem por isso, contudo, o mundo atual torna-se um deserto em matéria de religião. Ao contrário! As religiões se multiplicaram e se diversificaram a tal ponto que fundamentadamente se pode falar de *reencantamento* do mundo². Basta lembrar que no censo do IBGE de 2000 foram assinaladas 15 mil diferentes nomes de religião no Brasil (MAFRA, 2013, 15). Multiplicam-se e crescem religiões nas quais onde predominam *pequenos deuses* com pequenos poderes, enquanto as antigas religiões voltadas para deuses criadores, ordenadores e todo-poderosos – com a notável exceção do Islã – perdem tanto em número de adeptos quanto em influência na determinação da ordem política e social. Caso muito interessante é o do grande e diversificado segmento evangélico no Brasil. Enquanto algumas denominações apresentam forte crescimento de número de membros, sete delas sofreram perda de membros. Esse fato demográfico e o surpreendente número de declarações de “evangélicos sem filiação institucional” chamaram a atenção de estudiosos (p.ex. MARIANO, 2013 e CAMPOS, 2013) que buscam explicá-lo seja

² Sempre tendo em consideração que o conceito weberiano de *desencantamento* está longe de ser equivalente ao conceito de secularização, como bem demonstrou A. F. PIERUCCI (1998).

pela criação de uma nova denominação pela saída de lideranças, seja como efeito indesejável da metodologia do censo. Atrevo-me a sugerir que subjacente à realidade censitária está o fenômeno aqui apontado do declínio dos grandes deuses ordenadores – que marcam o Protestantismo clássico e o Pentecostalismo de rejeição do mundo. Já as denominações evangélicas – notadamente as neopentecostais – que focam seu campo de ação na cura, libertação e recomposição de relações familiares, continuam a crescer em número de adeptos.

As divindades que hoje conquistam adeptos e fazem sucesso não interferem nas estruturas sociais e políticas nem impõem uma ordem moral de pretensão universalista; limitam-se a ajudar a dar sentido e eventualmente melhorar qualidade de vida da pessoa individual. São representadas por fadas, gnomos, duendes, entidades e anjos; energias e forças cósmicas concentradas em chacras, cristais, números, cores, sons ou comidas; santos e santas, e até mesmo um Cristo “interior” que habita o coração de cada pessoa ou um Jesus que promete a prosperidade a quem aceita o desafio de provar sua fé. Esses *pequenos deuses e deusas* não se ocupam dos rumos da história de um povo – como faziam os grandes deuses criadores, ordenadores e salvadores – mas podem influir decisivamente no rumo de biografias individuais. No limite, são pequenos deuses para pequenas causas. Eles não requerem que se elabore uma teodiceia, porque não enfrentam o problema do mal: contentam-se em proteger e energizar quem a eles recorre e deseja o bem. Com efeito, essas formas de religião não propõem a seus adeptos salvação ou redenção, mas sim o gradativo aperfeiçoamento individual, ainda que tal processo venha a exigir sucessivas reencarnações.

É interessante observar que até mesmo nas grandes religiões se pode observar esse apequenamento das divindades, como para garantir um lugar ao sol nesse mundo reencantado. Com exceção do Islã, as antigas religiões que infundem a fé num deus – ou num panteão – todo-poderoso estão hoje em declínio em relação ao

crescimento demográfico mundial³. Na falta de espaço para igrejas ou religiões que falam em nome de grandes deuses – como o Deus da tradição judaico-cristã, que impõe os mandamentos para a ordem humana e propõe seu “reino” como projeto para a história – elas acabam por aceitar seu confinamento à esfera privada. Se na sociedade laica a religião é assunto de foro íntimo e opção pessoal, e os critérios da verdade dispensam a chancela da religião, só resta um pequeno espaço de poder sobre seus próprios fiéis: orientá-los quanto ao comportamento moral mais adequado no que se refere à sexualidade, à família e à vida espiritual.

Nesse contexto, antigas e novas religiões se voltam para as inúmeras terapias alternativas, para a autoajuda ou, na melhor das hipóteses para uma vida espiritual que se encerra nos limites (temporais ou espaciais) dos templos e dos cultos, sejam eles públicos ou privados.

Este é talvez o traço mais característico do atual panorama religioso mundial: ao perder o antigo poder de reger a sociedade (isto é, definir o bem e o mal; o possível e o impossível; o verdadeiro e o falso; o natural e o sobrenatural), a religião vai sendo gradualmente confinada à esfera privada, onde continua a manter a função social de conferir sentido mas agora somente às biografias individuais e à vida familiar. Neste contexto podemos falar de “crepúsculo dos grandes deuses” porque, tal como no drama wagneriano, seu poder foi quebrado pela força humana. Como canta o personagem de *Terra do Sol*, de Glauber Rocha, “a Terra é do homem, não é de Deus nem do Diabo”...

Todo esse quadro, porém, está ancorado numa concepção de **religião** como sistema de crenças e ritos que expressam a **fé** como adesão subjetiva a realidades de ordem sobrenatural ou transcendente. Esse viés impede que se perceba a realidade religiosa própria às contemporâneas sociedades de mercado. Se queremos explicá-la,

³ Steven Engler (2013) traçou o quadro das religiões no mundo atual no IV congresso nacional da ANPTECRE e ali apontou, entre outros desafios para a pesquisa, o crescimento do número de pessoas que se dizem “sem religião”. Sua descrição traz dados quantitativos mundiais sobre o que aqui chamamos de “Religiões de *pequenos deuses*”. O mesmo tema é trabalhado por RIBEIRO; OLIVEIRA, 2013, num olhar microscópico que busca explicar os “sem religião” como “pessoas que não necessariamente professam o ateísmo, mas que se declaram sem vínculo com alguma instituição, motivadas por desafeição, indiferença ou liberdade em relação ao controle institucional do religioso” (p. 218).

devemos colocar sob suspeita a eficiência dos instrumentos sociológicos de observação hoje utilizados. É o que farei a seguir.

2 Crítica à concepção de religião relacionada à fé

De diferentes maneiras a antropologia cultural fez a crítica ao etnocentrismo subjacente à concepção de religião como expressão de fé. E. E. Evans-Pritchard é um bom exemplo. Após uma análise das distorções produzidas pela tradução europeia de concepções de outros povos, (1966, p. 3-15), ele analisa algumas teorias clássicas da religião e assim conclui seu livro: “à luz do conhecimento que temos hoje, podemos apontar as inadequações de teorias que por algum tempo foram convincentes, mas nunca poderíamos ter esse conhecimento se não fossem os pioneiros cujos escritos criticamos” (p. 122). Hoje sabemos que é inútil buscar a origem da religião, assim como é inútil comparar suas doutrinas e rituais para encontrar semelhanças e diferenças. O que importa é “como, em qualquer sociedade, as crenças e práticas religiosas afetam os pensamentos, os sentimentos, as vidas e as interrelações de seus membros.” (p. 119). E usa a expressão lapidar: “*religion is what religion does*” – a religião é o que a religião faz. (p. 120).

Isso significa, pragmaticamente, que ao estudar a vida social de um povo não se deve partir de um conceito substantivo de religião (os atributos que a distinguem de outras instituições), mas de um conceito adjetivo (quem ou qual instituição exerce a função social de lidar com aquilo que aquele povo trata como sagrado).

Temos então que partir da constatação feita por historiadores e etnólogos de que a religião é uma dimensão do cotidiano – como são a economia, o parentesco, as relações de sociabilidade, o direito, os usos e costumes, a identidade étnica – e que normalmente essas dimensões se interpenetram. Tomemos como base para essa incursão dois fatos. O primeiro é o Brasil colonial descrito por Caio Prado Jr:

O cidadão participará dos atos da religião, das cerimônias de culto, com a mesma naturalidade e convicção que de quaisquer outros acontecimentos banais e diuturnos de sua existência terrena; e contra eles não pensaria um momento sequer em reagir. O cidadão da colônia atravessará seus anos de existência sem que lhe aflore à mente um instante sequer a mais leve suspeita de que tais atos poderiam ser dispensados. Haverá incrédulos e céticos mas a incredulidade deles ficará restrita a seus pequenos, fechados e insulados círculos de maçons e livres-pensadores que escondem cuidadosamente sua descrença. Mais do que criminosos, eles apareceriam aos olhos do mundo que os cerca como loucos temíveis” (PRADO Jr., 1977, p. 328).

O segundo fato foi relatado por Pierre Sanchis (em seminário do ISER⁴, no Rio de Janeiro). Certo professor da Sorbonne fez uma palestra sobre a religião de um povo da África e, tendo percebido a presença de vários africanos, perguntou se algum deles conhecia aquele povo e seus costumes. Dois estudantes se apresentaram e, solicitados a darem seu parecer sobre a palestra, disseram ao professor que não tinham qualquer objeção quanto à descrição dos fatos; havia, porém, um erro de interpretação: os fatos não se referiam à religião e sim à vida cotidiana do povo ao qual pertenciam.

Desconstruir a ideia corrente de religião como expressão social da fé não é um procedimento metodológico trivial, porque essa concepção impregna profundamente a tradição cristã. É necessário buscar nas origens do cristianismo as raízes dessa afirmação de que a religião tem por objeto aquilo que os sentidos naturais são incapazes de perceber, ou seja, as realidades espirituais que só a fé pode alcançar. Para isso é valiosa a contribuição de Richard Horsley (2004b) ao estudar os desdobramentos do movimento social iniciado por Jesus de Nazaré.

Após criticar a definição de Jesus como “mestre religioso”, o autor procura

compreender como (1) nas condições (...) de crise para os antigos povos da Judeia e da Galileia (2) e partindo da tradição cultural israelita na qual esses povos estavam inseridos (3) Jesus emergiu como líder (4) assumindo / adaptando um papel social específico (5) em interação com pessoas particulares que responderam formando um movimento que se tornou

⁴ Na década de 1980 o perspicaz antropólogo Pierre Sanchis coordenou, por vários anos, o Grupo de Estudos do Catolicismo no Instituto de Estudos da Religião, do Rio de Janeiro. Num desses encontro de estudos relatou o fato aqui reproduzido de memória. Posso ter cometido algum equívoco ao reproduzir suas palavras, mas asseguro ter sido esse o conteúdo da fala.

historicamente significativo – e nesse complexo contexto, sua crucificação nas mãos dos romanos o transformou num mártir venerado da causa (HORSLEY, 2004b, p. 63)

O autor concentra então sua atenção na figura de Paulo de Tarso, que se destacou entre os primeiros líderes daquele movimento ao difundi-lo a outras regiões do império romano. Apesar de sucessivas perseguições, o movimento iniciado na Galileia ganhou tamanho vulto que, quase três séculos depois, num momento de crise política, o império abriu-lhe a possibilidade de vir a tornar-se sua religião oficial. A contrapartida ao fim das perseguições é a despolitização daquele movimento de contestação baseado na tradição bíblica dos hebreus. Foi então que “autores do movimento hoje conhecido como cristão começaram a enfatizar que não constituíam uma ameaça séria à ordem imperial estabelecida”, porque a lealdade religiosa exclusiva ao único Deus não impedia a lealdade política ao imperador (HORSLEY, 2004a, p. 9). Operou-se assim a distinção teórica entre religião e política, cada qual com seu poder: o *espiritual*, a ser exercido pelos agentes religiosos, e o *temporal*, próprio dos reis e governantes.

Essa distinção essencial entre poder *espiritual* e poder *temporal* possibilitou que a hierarquia religiosa e os governantes colaborassem em favor da ordem social sem que um prejudicasse o outro, como mostra a experiência histórica da cristandade medieval. É interessante notar que nem mesmo as revoluções burguesas dos séculos XVIII e XIX abalaram essa separação dos dois poderes, pois ela permitiu emancipar o Estado moderno da autoridade da Igreja sem que ele a combatesse diretamente. Só recentemente a tradicional distinção entre religião e política foi colocada sob suspeita por cientistas sociais e teólogos; na concepção corrente, porém, continua sendo entendida como postulado inquestionável.

Ao definir o *espiritual* como objeto próprio à religião, o cristianismo assume ao mesmo tempo a necessidade da **fé**, pois somente ela é capaz de perceber o

espiritual. Cabe, porém, questionar radicalmente a necessidade da associação entre religião e fé⁵.

Estabelecida a suspeita de que religião prescinde de fé, cai por terra o caráter inusitado de situações nas quais a religião não requer a adesão subjetiva de seus praticantes como ato de fé, como nos casos do cidadão do Brasil colonial e do povo africano que não vê seu cotidiano como religião. Longe de serem casos excepcionais, assemelham-se à enorme quantidade de praticantes religiosos que não se colocam problemas de fé. Para o católico praticante, a presença de Jesus na Hóstia consagrada é um fato tão real quanto qualquer fato cotidiano; para o evangélico, é tão certo que a Bíblia contém a revelação divina quanto é certo que o sol nascerá amanhã; para o espírita, a reencarnação é de uma evidência tão grande que ele se surpreende com quem duvida disso. E assim por diante, poderíamos arrolar muitos exemplos de afirmações de fé que, quando objetivadas numa cultura religiosa, tornam-se um saber que prescinde da fé pessoal. Aliás, é próprio às instituições religiosas substituir a fé pessoal pela confiança na Igreja ou em seus líderes⁶.

Em outras palavras, quero com esses exemplos dizer que a religião se funda antes em **certezas** socialmente partilhadas e referendadas, do que na **fé** pessoal⁷. Essa afirmação tem por consequência a desconstrução da concepção de religião como expressão social da fé em realidades não perceptíveis pelos sentidos. Essa concepção, à qual nos habituou a tradição cristã, precisa ser abandonada quando pretendemos ir além do senso-comum e captar o fenômeno religioso em sociedades não-cristãs, como são hoje as sociedades de mercado. Somos levados, então, a perguntar qual é o objeto próprio da religião. Uma boa resposta pode ser encontrada em *As formas elementares da vida religiosa*, de E. Durkheim.

⁵ Essa distinção entre Fé e Religião é uma importante contribuição da moderna Teologia de raiz luterana.

⁶ Esta é uma das provocativas teses de P. L. Berger (1961)

⁷ Agradeço a Patrícia Birman, colega na UERJ, que me fez perceber esse fato tão evidente quanto desconsiderado pelas ciências da religião.

3 A contribuição de Durkheim para o estudo da religião como fato social

Descartada a fé como elemento constitutivo da religião, vamos agora em busca de seu objeto específico. Não é segredo para ninguém que este foi o procedimento de Durkheim no capítulo I das *Formas* (DURKHEIM, 1960 b): após criticar ideias preconcebidas sobre a essência da religião – como algo referente ao misterioso, extraordinário, sobrenatural ou divino – e distingui-la da magia, o mestre apresenta o conceito que guiará sua pesquisa: “sistema solidário de crenças e de práticas relativas a coisas sagradas [...] que unem em uma mesma comunidade moral, chamada Igreja, todos aqueles que a ele aderem”. (1960b, p. 65). Este conceito sofreu muita crítica e hoje não pode mais ser sustentado tal como foi proposto há mais de um século. Para dar conta das realidades de hoje, a sociologia da religião precisa refazer o caminho aberto por Durkheim mas ousar ir mais longe do que ele.

O ponto de partida sociológico não pode ser outro senão perceber a religião como **fato social**. Fiéis às regras do método sociológico, assumimos a definição do fato social como “maneiras de agir, de pensar e de sentir que apresentam a propriedade marcante de existir fora das consciências individuais [...] e serem dotados de um poder imperativo e coercitivo” (DURKHEIM, 1963, p. 2). Note-se que seu terceiro atributo – ser geral ou coletivo – é apresentado sob reservas, pois “não pode a generalidade servir para caracterizar os fenômenos sociológicos” (DURKHEIM, 1963, p. 6). Esse atributo só deve ser considerado tendo-se o “cuidado de acrescentar como característica segunda e essencial, que ele existe independentemente das formas individuais que toma ao se difundir” (DURKHEIM, 1963, p. 9). Aqui aparece um incômodo problema para a sociologia da religião: esses atributos não condizem com a realidade contemporânea, na qual a religião é um fato evidentemente subjetivo, facultativo e confinado a grupos particulares.

Pode-se contornar esse impasse postulando a fragmentação do fato social nas sociedades contemporâneas. Isso permite tratar a religião como fato social cujo âmbito de validade é limitado à sua comunidade de adeptos: ali a religião continua

sendo exterior às consciências individuais, obrigatória e geral. Mas esta é uma solução de facilidade, que não faz jus à sociologia da religião de Durkheim, que chegou a ela como ponto final de seus estudos sobre o consenso social. Com efeito, desde a descoberta da anomia o mestre pesquisou seu oposto – as formas da solidariedade social – e na conclusão escreve:

A sociedade [...] não é simples justaposição de indivíduos que ao ingressarem trazem uma moralidade extrínseca; mas o homem só é um ser moral porque vive em sociedade, posto que a moralidade consiste em ser solidário a um grupo e varia conforme essa solidariedade. Se desaparecer a vida social a vida moral também desaparecerá (DURKHEIM, 1960a, p. 394).

Inversamente, sem comunidade moral não há sociedade possível. Essa tese foi retomada por P. Bourdieu (1974), ao dizer que o consenso fundamental que torna possível um grupamento humano constituir-se como uma sociedade estruturada situa-se no nível profundo do inconsciente coletivo, determinando as categorias de espaço e tempo, da linguagem, da moral, em suma, as categorias que permitem aos membros de um mesmo grupo pensar, interagir e comunicar-se. Dada sua importância para a existência de uma sociedade, elas não podem estar submetidas ao jogo das concordâncias e discordâncias subjetivas ou particularistas. Aí intervém a religião, cujo “efeito de consagração” produz “a função prática e política de absolutização do relativo e de legitimação do arbitrário”. (BOURDIEU, 1974, p. 46).

Em outras palavras, as categorias de pensamento, de comunicação e de comportamento se impõem aos indivíduos e ao grupo com uma objetividade similar à objetividade da natureza, como se fossem “coisas”. Isso porque estão fora da esfera onde possam tornar-se objeto de controvérsia e questionamentos (a esfera profana) e ocupam o lugar das realidades intocáveis, interditas, que se impõem pelo respeito: a esfera do sagrado. Esta é a síntese da contribuição de Durkheim para a sociologia da religião: o sagrado assegura a intocabilidade dos princípios que formam o consenso moral de uma coletividade.

Paradoxal é que Durkheim tenha precisado recorrer a sociedades ancestrais da Austrália para validar essa teoria, quando seu verdadeiro objeto de pesquisa é a lógica

de funcionamento da sociedade de seu tempo. Se o consenso social precisa ser revestido de sacralidade, isso deve ocorrer também nas sociedades modernas, secularizadas, pois elas tampouco sobreviveriam se as relações sociais sobre as quais estão fundadas estivessem sujeitas ao jogo das adesões e concordâncias subjetivas. Como qualquer outra coletividade humana capaz de reproduzir-se por sucessivas gerações, a sociedade moderna precisa ter em sua base uma “visão de mundo” e um arcabouço de categorias de pensamento e de ação inculcadas a cada geração para que a sociedade se reproduza ao longo do tempo. Não fosse tal conjunto de ideias e valores revestido de sacralidade capaz de elevá-lo até o plano dos interditos culturais, ele seria fatalmente diluído pelas fricções decorrentes das disputas de grupos ou classes sociais em defesa de interesses ou perspectivas particulares.

A meu ver, Durkheim não tinha condições teóricas para demonstrar empiricamente a validade de sua teoria nas sociedades contemporâneas por não ter superado a vinculação entre sacralidade e religião. Tendo diante dos olhos sociedades emancipadas do controle social antes exercido pela religião – de modo especial a laicidade francesa – ele só conseguia perceber o sagrado em forma de religião. Mais de um século depois, temos hoje melhores condições teóricas para fazer sociologia da religião devido ao avanço da antropologia cultural, que nos desafia a aplicar sua visão relativizadora também às atuais sociedades de mercado.

Entendendo a sacralidade como fato social e levando a sério a definição do fato social como fato exterior às consciências, obrigatório e geral, vamos voltar à análise das sociedades contemporâneas para descortinar o espaço nelas envolvido pelos interditos da sacralidade. Se a teoria de Durkheim está correta, a sacralidade deve estar associada à instituição que exerce a função estruturante de suas relações sociais. Em outras palavras, somos desafiados a analisar o arcabouço do pensamento e dos valores das sociedades de mercado para ali encontrar o sagrado. Tendo dissociado religião e sacralidade, talvez estejamos aptos a tirar o máximo proveito da teoria durkheimiana do consenso social.

4 O fetichismo da mercadoria: a sacralidade do mercado

Em seu clássico estudo sobre a gênese das sociedades de mercado e sua crise na primeira metade do século XX, K. Polanyi caracteriza o “sistema de mercado” pela “grande transformação” implicada na forma da aquisição dos bens necessários à vida: “a motivação do lucro passa a substituir a motivação da subsistência”. Nessas sociedades, “todas as rendas devem derivar da venda de alguma coisa, qualquer que seja a verdadeira fonte de renda de uma pessoa” (POLANYI, 2000, p. 60). Nisso elas diferem estruturalmente das sociedades tribais e camponesas, cuja economia é regida pelos princípios de reciprocidade e de redistribuição (POLANYI, 2000, 62-75). Os bens a serem vendidos (ou alugados) são o trabalho, a terra e o dinheiro, que é o equivalente geral de todas as mercadorias. Aqui reside a “grande transformação” operada pelo capitalismo:

Acontece, porém, que o trabalho e a terra nada mais são do que os próprios seres humanos nos quais consistem todas as sociedades, e o ambiente natural no qual elas existem. Incluí-los no mecanismo de mercado significa subordinar a substância da própria sociedade às leis do mercado (POLANYI, 2000, p. 93).

Por isso, conclui o autor, “uma economia de mercado só pode existir numa sociedade de mercado” (POLANYI, 2000, p. 93). Ao contrário do que é correntemente apresentado pelo senso-comum, o mercado não é uma instituição do sistema econômico, alheia à sociologia: ele é uma instituição social na mais rigorosa acepção durkheimiana⁸. Comportamentos instituídos pelo mercado são aqueles derivados dos valores e postulados que o regem: (1) liberdade individual, (2) direito de propriedade, (3) obrigação de cumprimento dos contratos e (4) respeito às regras da concorrência. É justamente por ser uma instituição social – e não econômica, repito – que o mercado é capaz de produzir e socializar o sistema de comportamento organizador das sociedades modernas.

⁸ “Com efeito, pode-se chamar instituição toda a crença, todo o comportamento instituído pela coletividade, sem desnaturar o sentido da expressão; a sociologia seria então, definida como a ciência das instituições, de sua gênese e de seu funcionamento.” (DURKHEIM 1963, p. XXXI).

Chegamos então ao fulcro desta pesquisa: se o mercado é a instituição que exerce a função estruturante das sociedades de mercado, a teoria durkheimiana dirá que ele deve ter um caráter sagrado⁹. Voltemos, pois, ao campo empírico.

Para abordar o tema, retomemos a intuição trabalhada por uma vertente da teologia latino-americana que parte da idéia marxiana de *fetichismo da mercadoria* para denunciar a “idolatria militante” que persegue quem crê num Deus Libertador, como fala H. Assmann (ASSMANN; HINKELAMMERT, 1989, p. 84). Segundo esse autor,

Marx havia sido claro ao denominar as relações mercantis, universalizadas no capitalismo, de “religião da vida cotidiana”. Mas essa peça-chave da sua análise, a teoria do fetichismo, era amplamente desconsiderada pelos próprios marxistas, especialmente pela moda das interpretações althusserianas, funestamente campeante na América Latina, naquele momento. (ASSMANN; HINKELAMMERT, 1989, p. 74).

De fato, é no capítulo de abertura de *O Capital* que Marx, ao trabalhar os conceitos-chaves de mercadoria e seu valor, refere-se a seu caráter fetiche, isto é, de artefato ao qual é atribuída vida própria e existência independente do trabalho social que a produziu. A mercadoria parece ter vida – de modo evidente, quando o dinheiro é transformado em capital – enquanto a força de trabalho humano é tratada como coisa negociável no mercado. Na formulação do autor,

a forma mercadoria [...] não é mais nada que determinada relação social entre os próprios homens que para eles aqui assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Por isso, para encontrar uma **analogia**, temos de nos deslocar à região nebulosa do mundo da religião. Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantêm relações entre si e com os homens. Assim, no mundo das mercadorias, acontece com os produtos da mão humana. Isso eu chamo o fetichismo que adere aos produtos de trabalho. (MARX, 1996, p. 194) (grifo meu).

⁹ Assinala-se que essa hipótese já havia sido aventada por Durkheim em nota de rodapé, quando observa que somente a atividade econômica não havia sido “expressamente vinculada à religião” (DURKHEIM, 1960b, p. 598).

É um instigante exercício desenvolver a ideia de **analogia** entre religião e mercadoria por meio de um paralelo entre os componentes básicos das religiões e elementos típicos da economia de mercado. Ele coloca em evidência o quanto de religiosidade existe hoje na economia. Tomemos alguns exemplos desse paralelismo.

Templos da economia são os shopping centers, sedes de bancos e de empresas que, não por acaso são as construções mais suntuosas das cidades modernas. Alguns desses centros comerciais ou financeiros assemelham-se a *santuários* aptos a acolherem quem em piedosa peregrinação vai a Miami, Nova York, Londres ou Paris e volta fascinado com o que viu e comprou. O cinema, a novela, a literatura e a propaganda em suas mais diferentes versões difundem a ideia de que sem dinheiro não há felicidade. *Ritos sacrificiais* são os programas de TV mostrando pessoas que voluntariamente se submetem a todo tipo de humilhação para ganhar algum prêmio em dinheiro. Sua maior *celebração anual* é o festival da mercadoria, no período natalino, marcada pela compra e a troca de presentes e pela obrigatória ceia de natal... Como um *salmista*, o rico empresário bem pode cantar “minha confiança está em minha conta bancária que move o céu e a terra”.

Esse paralelo entre elementos da economia de mercado e elementos da tradição judaico-cristã é útil para provocar a reflexão, mas é apenas uma **metáfora** que, por ficar na realidade aparente do fenômeno, corre o risco de não ir além da superfície dos fatos e fazer desviar a análise para um objeto que não é o mais relevante¹⁰. Ao desenvolver o tema na perspectiva teológica, H. Assmann e F. Hinkelammert abordam o fenômeno do fetichismo da mercadoria como crítica da *idolatria*, porque “os deuses que se nomeiam para oprimir chamam-se ídolos. A eles se contrapõe o Deus que liberta.” (ASSMANN; HINKELAMMERT, 1989, p. 59). Ao aprofundar a análise proposta por esses autores, Jung Mo Sung introduz a dimensão do *desejo* que, por ser ilimitado, jamais será satisfeito por objetos de consumo, impulsionando então a produção capitalista cada vez mais sofisticada (SUNG, 2010). Por isso, conclui o autor,

¹⁰ É o caso do ensaio de Walter Benjamin: *o capitalismo como religião*, redigido em 1921, resgatado por Michael Löwy e reproduzido em MOREIRA (2012, p. 211-215).

o capitalismo, especialmente na versão neoliberal, exige fé e produz esperança. A fé no mercado livre é o fundamento de todo pensamento econômico liberal e neoliberal contemporâneo. [... Exemplo é] a fila de pessoas que passam a noite na frente das lojas que vão lançar o mais novo modelo de i-Phone. A expectativa na espera e a alegria que elas demonstram ao sair com o pequeno objeto, que é objeto de grande desejo, revelam um pouco da espiritualidade que move o nosso mundo: a espiritualidade do consumo (SUNG, 2013, p. 124-125).

As citações acima apontam para alguma forma de religiosidade no cerne mesmo da economia de mercado: fetichismo, idolatria, religião ou espiritualidade são conceitos que designam essa forma de religiosidade. Ocorre, porém, que esses conceitos são úteis à crítica do mercado submetido ao capital – como faz Marx – e também à abordagem teológica, mas são inadequados para a análise propriamente sociológica do fenômeno. Somos desafiados, então, a encontrar um conceito sociológico capaz de desvendar aquilo que dá ao mercado o aspecto “fantasmagórico” de que falava Marx. Para isso é bom recorrer a Fernand Braudel que, com grande liberdade de pensamento em relação à teoria de K. Marx, refez a história da revolução capitalista moderna.

Em seu monumental estudo sobre a gênese da sociedade moderna, F. Braudel distingue três economias: (i) a economia *de mercado* com seus processos transparentes de produção e troca de bens materiais e serviços por meio da compra e venda; (ii) a *vida* ou *civilização material*, situada num obscuro patamar inferior ao do mercado, onde são organizadas as atividades elementares da vida cotidiana por meio da produção de subsistência e da troca direta; e (iii) o *capitalismo* que, hierarquicamente situado acima do mercado, interfere em seu funcionamento para colocá-lo a serviço do lucro do capital (BRAUDEL, 1979, p. 8). O Autor analisa o conjunto dos processos demográficos, tecnológicos, políticos, econômicos e culturais que dão origem ao sistema mundial moderno ao longo dos séculos XV a XVIII e mostra como a lógica do mercado regula as estruturas do cotidiano. Opera-se então a ruptura com a civilização material que por milênios (desde o neolítico, provavelmente) havia regido as sociedades camponesas e a vida cotidiana de 80 a

90% da humanidade (BRAUDEL, 1979, p.12) e surge um sistema econômico que desde seu nascimento tem a vocação de mundializar-se¹¹.

Uma das teses de F. Braudel é que a economia de mercado, submetida ao jogo de interesses dos capitalistas, em quatro séculos colonizou as estruturas da *vida material* e assim submeteu à sua lógica toda a vida social. Se hoje ainda “sobrevive um vasto setor fora do mercado, fora da ‘economia’, é antes por sua rejeição de base, e não por negligência ou imperfeição do sistema (de trocas) organizado pelo Estado ou pela sociedade” (BRAUDEL, 1979, p. 13). Tendo em mente que o conceito braudeliiano de *vida material* não se limita às coisas, mas abrange a relação entre os seres humanos e suas coisas – alimento, habitação, vestuário, ferramentas, remédios, dinheiro, espaços habitados e tudo mais de que o ser humano se serve para viver – pode-se dizer que ele implica a própria cultura da vida cotidiana. Cultura esta que é estruturada pelos valores e postulados do mercado: a liberdade individual, o direito de propriedade, os contratos e a concorrência. Em outras palavras, as *estruturas do cotidiano* são dadas pela instituição que chamamos mercado. Por isso cabe dizer que são sociedades de mercado.

Essas “maneiras de agir, de pensar e de sentir” próprias ao mercado precisam ser socializadas para que a sociedade se reproduza a cada geração. Elas formam como a atmosfera moral da sociedade: penetram nas consciências individuais e ali se interiorizam tão profundamente que o indivíduo é levado a seguir suas normas simplesmente porque “faz como todo mundo”. A conclusão é que, ao imprimir no conjunto da sociedade e ao mesmo tempo interiorizar nas consciências individuais, seus valores e suas categorias de pensamento, o mercado desempenha a função estruturante das sociedades contemporâneas.

Ao abordar esse tema, Alberto Moreira começa citando Paul Lafargue, genro de Marx, para quem “o Capital é o Deus que todos conhecem, veem, tocam, cheiram, provam: existe para todos os sentidos. É o único Deus que ainda não encontrou ateus”

¹¹ Seria fora de propósito resumir a monumental obra de Fernand BRAUDEL em um parágrafo. Certamente, porém, a concepção da revolução moderna como ruptura do modo de vida originado na revolução neolítica é uma de suas ideias-mestras.

(LAFARGUE, s/d. p. 16, *apud* MOREIRA, 2012, p. 37). Ultrapassa, porém, essa analogia ao sugerir uma abordagem antropológico-estruturalista que mostra que

a racionalidade abstrata e dominadora, a própria alma do capitalismo, estaria redefinindo as próprias estruturas e formas de pensar, imaginar e simbolizar a realidade e o humano. É importante lembrar que esta visão vai muito além da crítica marxista tradicional da ideologia ou da religião como “falsa consciência”. [...] Tanto mais tem força e se enraíza justamente por não ser percebida como *uma* religião ou *um* modelo econômico, mas como a forma “humana” *tout court* de simbolizar, pensar, sentir e viver, à qual se dá o mais livre e entusiástico consentimento (ZAMORA, 1992). A “racionalidade do mercado” não aparece como tal na cultura e nas consciências, ou seja, como um modelo *econômico* precário e imperfeito, mas através da universalização do princípio da *mercadoria*, ela aparece como o horizonte de percepção da realidade, critério de julgamento da própria existência. (MOREIRA, 2012, p. 36-37).

É importante notar que não se trata de acreditar nessas categorias de pensamento e de ação, pois elas não se interiorizam na pessoa por um ato de fé e nem por confiança na autoridade que as difunde. As categorias de pensamento e de comportamento do mercado penetram na consciência individual não pela adesão de ordem subjetiva, mas como fatos tão objetivos quanto os fatos naturais: as leis do mercado, o direito de propriedade, o respeito devido aos contratos, enfim, os elementos constitutivos do mercado são como a lei da gravidade, cuja vigência não depende do consentimento humano. São como o ar que se respira. Ninguém precisa crer no poder de compra do dinheiro: a experiência cotidiana é sua prova mais cabal. Estamos no campo das **certezas**, não no campo das **crenças**.

Usando as palavras de Durkheim, identificamos nos princípios ordenadores das sociedades de mercado os atributos próprios do fato social: são exteriores às consciências individuais, obrigatórios e gerais. Tais princípios são absorvidos pelos indivíduos e a partir daí regem suas práticas independentemente de qualquer crença subjetiva nesses postulados. Essa objetividade dos princípios do mercado é tamanha que, tal como o catolicismo no Brasil colonial, só um louco ousaria duvidar de sua realidade.

Ora, não é esta a característica do sistema de representações que fundam o consenso social? Cercadas por interditos que as protegem de todo questionamento e qualquer dúvida, elas são *de fato* **sagradas** embora não **religiosas** – na concepção corrente de expressão de fé. Mais ainda: é um sagrado peculiar por dispensar qualquer referência à transcendência e orgulhosamente exibir sua imanência, sua humanidade, sua "naturalidade", como se o mercado fosse conatural à Humanidade agora chegada ao ponto culminante de sua história¹². Para que essa sacralidade seja percebida, é indispensável observar a diferença entre o sagrado e o religioso. Não tem cabimento falar de "idolatria" ou "religião" do mercado, uma vez que esses conceitos referem-se necessariamente a alguma forma de transcendência, e ao mercado repugna qualquer elemento de ordem sobrenatural. Sua legitimação reside na concepção liberal que vê nele o fruto maduro do contrato social. Porque dispensa toda referência a alguma realidade transcendente e impõe-se como realidade essencialmente humana, o mercado é refratário a qualquer forma de religiosidade como expressão de uma fé subjetiva.

Aqui reside sua originalidade para a sociologia da religião, que agora se depara com relações sociais que se tornam sagradas sem se tornarem ao mesmo tempo sobrenaturais, porque guardam seu caráter propriamente humano. Aqui reside também um grande desafio teórico: não dispomos de conceitos sociológicos aptos para classificar e analisar essa forma original de sagrado. Sabemos que a concepção corrente de religião como expressão de fé em realidades espirituais, transcendentais ou divinas é incapaz de apreender sua realidade; falta-nos, porém, um conceito adequado para entendê-la. Aqui o impasse teórico a que chegamos.

Tal como Isaac Newton, citado em epígrafe, sinto-me como a criança que do mar só conhece as conchas e pedrinhas deixadas na praia, isto é, o que resta das religiões que um dia revestiram de sagrado a ordem social... A efetiva sacralidade –

¹² É evidente que não se trata do sagrado como categoria banalizada pela linguagem corrente, que fala que é "sagrada" a cerveja no sábado, o futebol, o desfile numa escola de samba, etc. Ao contrário: o conjunto de interditos que cercam o arcabouço intelectual e moral de uma sociedade são tão poderosos que sequer são falados corriqueiramente. Aliás, quem ousa questioná-los em público é imediatamente desqualificado pela sociedade.

aquela que reveste a instituição social do mercado – continua sendo o enorme oceano quase desconhecido pela sociologia da religião.

Conclusão: as religiões diante da sacralidade do mercado

Se esta argumentação está correta ao apontar a sacralidade contemporânea nos princípios do mercado, cabe fazer uma breve reflexão sobre o lugar ocupado pelas religiões. Afinal, elas se apresentam como as autênticas detentoras do sagrado, seja em suas novas formas, seja nas formas antigas. Vejamos os dois casos.

Partimos da constatação de um paradoxo: a perda de importância da religião na regulação da vida social vai de par com a proliferação de novos grupos e movimentos religiosos. Enquanto, com exceção do Islã, entram em acentuado declínio as antigas religiões voltadas para os *grandes deuses* criadores, ordenadores e juizes do universo, multiplicam-se as novas formas religiosas voltadas para *pequenos deuses* tidos como eficazes para pequenas causas – como dar sentido às biografias individuais, proteger seus fiéis diante dos perigos da vida, e inúmeras formas de terapias.

Tal paradoxo se explica pela diferença de relação entre essas religiões e a instituição que sustenta a ordem social – o mercado. As novas formas religiosas, voltadas para os *pequenos deuses*, são perfeitamente compatíveis com a sacralidade do mercado, porque têm por campo de atuação a vida privada e funcionam como sistemas simbólicos para a produção de sentido das biografias individuais. Elas não contrariam os princípios do mercado, cuja sacralidade imanente é de natureza inteiramente distinta da sacralidade transcendente que só se experimenta pela fé. Por isso mesmo fragmentam-se em inúmeros grupamentos particulares. Em outras palavras, essas duas formas de sacralidade – a sacralidade imanente do mercado e a sacralidade transcendente das religiões de *pequenos deuses* – não se opõem. Antes, se completam e se apoiam mutuamente. Os princípios do mercado dão sentido e

asseguram a ordem social (terrena), enquanto as religiões dão sentido (espiritual) às biografias individuais e abrem as portas da vida após a morte¹³.

Bem diferente é a realidade das religiões voltadas para os *grandes deuses* criadores, ordenadores e juízes do universo. Sua dimensão ética proíbe abandonar a esfera pública ao mercado e, caminhando na contramão do processo de modernização e de secularização, proclamam a possibilidade de uma sociedade onde ele não prevaleça. Este é o caso tanto de certos sistemas fundamentalistas aferrados a uma tradição supostamente imutável, quanto de novas versões de antigas religiões, como o *cristianismo da libertação* latino-americano. Não por acaso essas duas formas religiosas são alvo de desmoralização e desqualificação, ao serem rotuladas como expressão do atraso ou como formas antes políticas do que religiosas.

Cabe aqui uma reflexão sobre *cristianismo da libertação*, ou seja os setores católicos e de algumas confissões evangélicas cuja teologia lê a Bíblia na perspectiva histórica e libertadora, assumindo então o ecumenismo radical e a postura profética de contestação da ordem capitalista. Adotado por pequenos grupos político-religiosos que proclamam “o outro mundo possível” ou o *Bem-viver* (*Sumak Kawsay*) dentro dos parâmetros religiosos cristãos, ele pode ser visto como um movimento profético, anunciador de utopias que substituam o mercado na função de estruturar uma civilização de âmbito planetário. Muitos dirão, certamente com razão, que esses grupos de cristãos não têm futuro... Mas se nosso tempo é o tempo do fim da civilização ocidental-cristã e o tempo de gestação de outra civilização, é possível que esses movimentos proféticos, que hoje se desenvolvem atribuindo novos significados aos significantes da linguagem cristã, se transformem futuramente numa religião de âmbito planetário. Seria então a “alvorada” dos antigos deuses rejuvenescidos...

¹³ Vale aqui a comparação com a enorme tolerância religiosa do império romano: desde que fosse prestado o culto oficial a César (assim garantindo a reprodução do sistema de patronato), eram permitidas as religiões étnicas ou mistericas (HORSLEY, 2004b, p. 28-30). Os cristãos só sofreram perseguição devido a sua impiedade: se recusavam a prestar culto ao grande patrono do império.

REFERÊNCIAS

- ASSMANN, Hugo; HINKELAMMERT, Franz. **A idolatria do mercado**: um ensaio sobre Economia e Teologia. Petrópolis: Vozes, 1989.
- BERGER, P. L. **The precarious vision**. Garden City, NY: Doubleday, 1961.
- BOURDIEU, Pierre. Gênese e estrutura do campo religioso. In: BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. Tradução de Sérgio Micelli. São Paulo: Perspectiva, 1974. p. 27-78.
- BRAUDEL, Fernand. **Civilisation matérielle, Economie et Capitalisme, XVe – XVIIIe Siècle**. V. I: Les structures du Quotidien. Paris: Librairie Armand Colin, 1979.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. “Evangélicos de missão” em declínio no Brasil. In: TEIXEIRA, F.; MENEZES, R. **Religiões em movimento – o censo de 2010**. Petrópolis, Vozes, 2013. p. 127-160.
- DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. 3.ed. Tradução de M. Isaura Pereira de Queiroz. São Paulo: Editora Nacional, 1963.
- DURKHEIM, Émile. **De la division du travail social**. 7.ed. Paris: P.U.F., 1960a.
- DURKHEIM, Émile. **Les formes élémentaires de la vie religieuse**. 4.ed.. Paris: P.U.F., 1960b.
- ENGLER, Steven. Panorama Internacional das Religiões. **Anais do IV Congresso da ANPTECRE “O futuro das religiões no Brasil”**. Unicap, Recife, 2013. p. 13-42. Disponível em: <http://www.unicap.br/anptecre/wp-content/uploads/2013/12/ANPTECRE_IV-Congresso.pdf#page=13>. Acesso em: 28 fev. 2014.
- EVANS-PRITCHARD, E. E. **Theories of Primitive religion**. (edição revista). London: Oxford University Press, 1966.
- HORSLEY, Richard. **Jesus e o império**: o reino de Deus e a nova desordem mundial. São Paulo: Paulus, 2004b.
- HORSLEY, Richard. **Paulo e o império**: religião e poder na sociedade imperial romana. São Paulo: Paulus, 2004a.
- MAFRA Clara. Números e narrativas. **Debates do NER**, Porto Alegre, v. 14, n. 24, p. 13-25, jul./dez. 2013 (DOI: <http://dx.doi.org/10.1234/dner.v2i24>). Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/debatesdoner/article/view/43557/27413>>. Acesso em 10 out. 2013.

MARIANO, Ricardo. Mudanças no campo religioso brasileiro no censo 2010. **Debates do NER**, Porto Alegre, v. 14, n. 24, p. 119-137, jul. /dez. 2013. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/debatesdoner/article/view/43696/27488>>. Acesso em 10 out. 2013.

MARX, Karl. O Capital, livro I, capítulo 1: A Mercadoria. Tradução de Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. In: SINGER, Paul (Coord.). **Os Economistas**. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1996. p. 165-208.

MOREIRA, Alberto da Silva (Org.). **O capitalismo como religião**. Goiânia: Editora da PUC Goiás, 2012.

MOREIRA, Alberto da Silva. Em que sentido o capitalismo é uma religião. In: MOREIRA, Alberto da Silva (Org.). **O capitalismo como religião**. Goiânia: Editora da PUC Goiás, 2012. p. 15-49.

PIERUCCI Antônio Flávio. Secularização em Max Weber: Da contemporânea serventia de voltarmos a acessar aquele velho sentido. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, vol. 13, n. 37, jun. 1998. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69091998000200003>>. Acesso em: 28 de fev. 2014.

POLANYI, Karl. **A grande transformação**: as origens da nossa época. Tradução de Fanny Wrobel. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PRADO Jr., Caio. **Formação do Brasil Contemporâneo**: colônia. 15.ed. São Paulo: Brasiliense, 1977.

RIBEIRO, Flávio A. Senra; OLIVEIRA, P. A. R. O que dizem que sou? Senso religioso contemporâneo e suas concretizações. In: BOSCHI, Caio; PINHEIRO, Luiz Antonio. **A Arquidiocese de Belo Horizonte e a Contemporaneidade**. Belo Horizonte: Ed. PUC-Minas, 2013, v.1. p. 199-245.

SUNG, Jung Mo. A irracionalidade da Modernidade: Idolatria e Teologia da Libertação. In: BRIGHENTI, A.; HERMANO, R. (Org.). **A Teologia da Libertação em Prospectiva**. São Paulo: Paulus; Paulinas, 2013. p. 107-127.

SUNG, Jung Mo. **Desejo, mercado e religião**. 4.ed. ampliada e revista. São Paulo: Fonte Editorial, 2010.