

52. Ramon Harckbart Carvalho

O CONSUMO PELA FÉ E O DIREITO DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE SOBRE A MERCANTILIZAÇÃO DA FÉ E A VULNERABILIDADE DO FIEL-CONSUMIDOR

O primeiro capítulo de minha dissertação denomina-se “Mercantilização da fé” e visa apresentar os seus aspectos com o fundamento na sociologia da religião. Para melhor organização foi dividido em três seções. A primeira seção analisa a relação entre a fé e o sagrado buscando compreender as nuances que essas duas categorias podem revelar, tendo como base a sociologia da religião, demonstrando ainda quais os aspectos apresentados pelos teóricos que esclarecem a compreensão conceitual dessas classes. Importantes teóricos como Durkheim e Weber embasam a pesquisa. Vale destacar a concepção Weberiana ao analisar a relação do homem com a religião e o papel que essa exerceu na sociedade, pois segundo esse estudioso há uma relação intrínseca entre a religião e o capitalismo, o que justificaria alguns fenômenos religiosos da atualidade, como, por exemplo, o neopentecostalismo. A segunda seção trata dos bens simbólicos de religião, estabelecendo uma fundamentação teórica que embasa a discussão entre mercado e religião. Utilizei autores renomados, dentre eles Bordieu, que buscou compreender a relação de bens e a religião. Por fim, na terceira seção, denominada de consumo pela fé, busquei relacionar em que medida o desenvolvimento da crença e dos aspectos religiosos podem influenciar no consumo, tratando de fenômenos religiosos atuais como o Neopentecostalismo e a Teologia da prosperidade.