

Entre a ética e o espírito

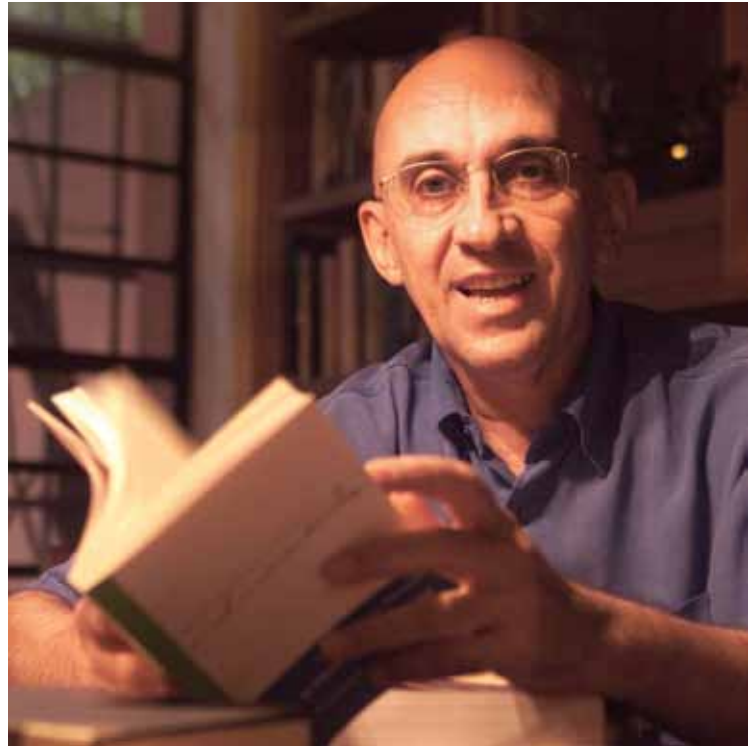
Flávio Pierucci foi um dos maiores intérpretes da atual religiosidade brasileira

Ele, que entendia como poucos o “desencantamento do mundo” weberiano, uma de suas especialidades, sem querer acabou incrementando com sua morte, em 8 de junho, aos 67 anos, esse desencanto. O sociólogo Flávio Pierucci atuou no campo da sociologia da religião a partir do referencial de Max Weber e, recentemente, discutia o fenômeno da religiosidade brasileira a partir dos dados dos vários censos demográficos. Interessava-se em particular pelo crescimento do pentecostalismo em suas várias vertentes, pela predominância da Igreja Católica, a despeito da queda percentual dos fiéis, e lamentava a diminuição dos adeptos das religiões africanas como umbanda e candomblé como fruto dessa expansão neopentecostal.

Especializou-se em teologia pela Pontifícia Universidade Gregoriana (1970), graduou-se em filosofia (1973) e obteve os títulos de mestre em ciências sociais, em 1977, com a dissertação “Igreja Católica e reprodução humana no Brasil”, defendida na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); doutor em sociologia, em 1985, com “Democracia, igreja e voto: o envolvimento do clero católico nas eleições de 1982”; e livre-docente, em 2001, com “Desencantamento do mundo: os passos do conceito em Max Weber”, este último pela Universidade de São Paulo, onde foi professor titular e chefe do departamento de sociologia até o seu falecimento. Entre 1971 e 1987 foi pesquisador do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap).

Entre 1978 e 1985, foi professor do departamento de sociologia da PUC-SP. Entre 1992 e 1996, foi secretário executivo da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs) e, de 2001 a 2012, foi secretário-geral da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC).

Entre as dezenas de trabalhos publicados, destacam-se os livros *A realidade social das religiões*



Pierucci, em 2004: análise dos movimentos pentecostal e católico

no Brasil e Igreja: contradições e acomodação. Um de seus trabalhos analisava a relação entre o crescimento das igrejas neopentecostais e seu envolvimento com a política. Foi um dos estudos pioneiros nesse tema.

Para Pierucci, o Brasil assiste a uma oferta enorme de religiões, assim, afirmar que religião hoje é um negócio não seria um erro. E para abocanharem mais fiéis, ou clientes, segundo Pierucci, as igrejas usam estratégias de *marketing* como as empresas. As pessoas não procuram mais a salvação depois da morte, seus desejos são imediatos. É isso que as novas religiões procuram oferecer. As que não oferecem, perdem clientes.

“As pessoas estão procurando um novo tipo de religião, que são as igrejas pentecostais, que na verdade prometem para você não a lealdade a seu passado religioso, mas a ruptura com seu passado religioso. É uma religião que cola muito na cultura capitalista”, afirmava. “A religião faz hoje muito *marketing* de si mesma. Ela diz: olha, é preciso religião para ser feliz, para ter saúde, mental e física. Alguns precisam e outros não. Uns vivem muito bem sem religião”, avisava. ■