UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

Davi Rutigliano

COMPORTAMENTO: A DINÂMICA DAS DECISÕES DE MUDANÇA, AFASTAMENTO E DESFILIAÇÃO DAS RELIGIÕES

Porto Alegre
2006

Davi Rutigliano

COMPORTAMENTO: A DINÂMICA DAS DECISÕES DE MUDANÇA, AFASTAMENTO E DESFILIAÇÃO DAS RELIGIÕES

Trabalho de conclusão do curso de graduação apresentado ao departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Walter Meucci Nique.

Porto Alegre
2006

DAVI RUTIGLIANO

COMPORTAMENTO: A DINÂMICA DAS DECISÕES DE MUDANÇA, AFASTAMENTO E DESFILIAÇÃO DAS RELIGIÕES

Trabalho de conclusão do curso de graduação apresentado ao departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Conceito final:.....
Aprovado em ..... de ..... de 2006.

BANCA EXAMINADORA

_____

_____

_____

_____
Orientador: **Prof. Dr. Walter Meucci Nique** – UFRGS / EA

“Não crer em si significa não ter o controle da própria vida”.

Autor desconhecido

RESUMO

Tão importante quanto o fato de as religiões existirem de forma intimamente ligada à própria sociedade, é a constatação de que as pessoas têm diferenciadas preferências para escolherem em qual religião elas pretendem filiar-se e permanecer. Ocorre, no entanto, que muitos indivíduos têm aderido a um movimento de troca, abandono da prática da mesma, freqüência a mais de uma religião ao mesmo tempo ou ainda de desfiliação definitiva da instituição. As religiões podem estar, portanto, incorrendo no erro de não se preocupar em *fidelizar* seus adeptos. A Igreja (as religiões) compõe uma instituição fundamental da sociedade. Logo, o tema deste trabalho passa a ter maior importância, uma vez que a forma como são tomadas as decisões das pessoas quando rejeitam ou aceitam novas doutrinas pode significar que caracterize um novo perfil de comportamento social, que traz em si o reflexo de mudanças sociais, inclusive, nos valores pessoais. Trata-se de algo que pode ter relevância em nível das relações sociais, e que ecoa em todos os segmentos da sociedade brasileira.

Palavras-Chave: Comportamento, Religião, Decisão, Mudança.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Distribuição demográfica, no Estado do Rio Grande do Sul, de fiéis por religião, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Censo 2000 11

Figura 1 - Modelo Detalhado das Características que Influenciam os Compradores 22

Figura 2 - Modelo do Processo de Decisão do Comportamento do Consumidor 23

Figura 3 - A equação do valor 28

Figura 4 - As conseqüências de um valor superior para o cliente 29

Quadro 2 - Comparação entre a modernidade e a pós modernidade..... 35

Quadro 3 - Comparação entre a Igreja tradicional e os novos movimentos religiosos 38

SUMARIO

1 INTRODUÇÃO 9
1.1 OBJETIVOS 13
1.1.1 Objetivo Geral 14
1.1.2 Objetivos específicos 14
2 REFERENCIAL TEÓRICO 15
2.1 REFERENCIAL TEÓRICO SOBRE RELIGIÃO 15
2.1.1 Definições sobre religião 15
2.1.2 Elementos constitutivos da religião 16
2.1.3 Religiosidade oficial X religiosidade popular 17
2.2 REFERENCIAL TEÓRICO SOBRE MARKETING 19
2.2.1 Definição de marketing 19
2.2.2 A decisão e os participantes 19
2.2.3 As influências na Decisão 20
2.2.4 O processo de decisão do consumidor 22
2.2.5 Grupos de referência 25
2.2.6 Lealdade / Fidelidade 26
2.2.6.1 Orientações do Marketing 27
2.2.6.2 Fatores para manter os clientes fiéis 30
2.3 DADOS SECUNDÁRIOS RELEVANTES 31
2.3.1 Religião e o contexto moderno X pós-moderno 32
2.3.2 Características do moderno e do pós-moderno 33
2.3.3 Religião e pós-modernismo 36
3 DESCRIÇÃO DO MÉTODO 39
3.1 CONCEITOS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO 39
3.2 PESQUISA QUALITATIVA 41
3.2.1 Roteiro de entrevistas 41
3.2.2 Amostragem 42
4 ANÁLISE DAS ENTRVISTAS 44
5 CONCLUSÃO 49
REFERÊNCIAS 54
ANEXOS 56

ANEXO A - ENTREVISTA Nº. 1, EM 28/10/2006 57
ANEXO B - ENTREVISTA Nº. 2, EM 10/11/2006 58
ANEXO C - ENTREVISTA Nº. 3, EM 10/11/2006 61
ANEXO D - ENTREVISTA Nº. 4, EM 10/11/2006 63
ANEXO E - ENTREVISTA Nº. 5, EM 16/11/2006 66
ANEXO F - ENTREVISTA Nº 6, EM 17/11/2006 68
ANEXO G - ENTREVISTA Nº. 7, EM 17/11/2006 70

1 INTRODUÇÃO

Tão importante quanto o fato de as religiões existirem de forma intimamente ligada à própria sociedade, é a constatação de que as pessoas têm diferenciadas preferências para escolherem a qual religião elas pretendem filiar-se e permanecer. Uma maneira de termos noção da abrangência social das religiões é voltarmos nossa atenção para o fato de que as tradições religiosas são reconhecidas pelas estatísticas governamentais e consideradas nos Anuários Estatísticos do Brasil (AEB) desde 1908, sendo que a partir da publicação do AEB de 1960 até a publicação do AEB de 1966, na classificação era considerado o grande item que compõe a seção Cultos distribuído da seguinte forma: Culto Católico Romano; Culto Protestante e Culto Espírita (IBGE, 2003, p. 71-74)

A partir do AEB 1967 (até 1979) o culto espírita passa a ser subdividido em Espírita Kardecista e Espírita Umbandista, sendo que os demais permaneceram inalterados.

No AEB de 1984 em diante, a religião é enquadrada dentro da sessão *População*, implicando que passam a ser publicados apenas os dados de opção religiosa declarados pelos indivíduos (a população presente em cada tradição) obtidos a partir dos Censos Demográficos, contendo expressivas séries temporais.

Comparando essas informações com a Quadro 1 podemos notar que atualmente, só no Rio Grande do Sul, o número de cultos religiosos que são registrados é muito superior ao número que era pesquisada até 1984, o que nos dá uma idéia muito mais clara da ampla diversidade de opções que as pessoas têm para escolher uma doutrina religiosa para seguir. Além disso, podemos notar no quadro que o número de adeptos das denominações indica que existe uma grande demanda pela pertença religiosa.

Ocorre, no entanto, que muitos indivíduos têm aderido a um movimento de troca, abandono da prática da mesma, freqüência a mais de uma religião ao mesmo tempo ou ainda de desfiliação de tais instituições (ANTONIAZZI, 2003).

Salvi e Giglio (2003) em seu artigo *A aplicação dos modelos de comportamento de consumo dos consumidores aos católicos praticantes* apresenta um perfil segmentado dos católicos e ainda contempla modelos de comportamento do consumidor para explicar a escolha dos indivíduos pela religião em questão.

Segundo o mesmo artigo, quando alguém escolhe uma religião para seguir determinada doutrina ou mesmo para substituir por outra diferente da já praticada, toda a análise de comportamento do consumidor pode ser aplicada. Vemos que a busca inicia-se a partir de uma necessidade que não está sendo satisfeita em outros grupos sociais, como, por exemplo, obter paz interior. Utilizando o modelo de negociação de Cohen (apud SALVI; GIGLIO, 2003), variáveis tais como tempo disponível, conhecimento do produto, empatia, esforço dedicado para alcançar a situação de compra e venda, autoridade, simpatia; jogam um papel determinante na escolha desse tipo de *consumidor*.

Unidade Geogr.	Sit. do Domicílio	Sexo	Religião	Contingente	%
RS	Urbana	Total	Total	8.318.667	81,65
RS	Urbana	Total	Católica apostólica romana	6.302.177	61,86
RS	Urbana	Total	Evangélicas	1.133.601	11,13
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de missão	474.940	4,66
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de missão - Evangélica adventista do sétimo dia	51.849	0,51
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de missão - Igreja evangélica de confissão luterana	340.472	3,34
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de missão - Igreja evangélica batista	51.844	0,51
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de missão - Igreja presbiteriana	1.869	0,02
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de missão - outras	28.906	0,28
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de origem pentecostal	600.655	5,90
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de origem pentecostal - Igreja congregacional cristã do Brasil	15.121	0,15
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de origem pentecostal - Igreja universal do reino de Deus	97.066	0,95
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de origem pentecostal - Evangélica evangelho quadrangular	98.911	0,97
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de origem pentecostal - Igreja evangélica assembléia de Deus	272.980	2,68
RS	Urbana	Total	Evangélicas - de origem pentecostal - outras	116.578	1,14
RS	Urbana	Total	Evangélicas - outras religiões evangélicas	58.006	0,57
RS	Urbana	Total	Testemunhas de Jeová	45.308	0,44
RS	Urbana	Total	Espírita	179.419	1,76
RS	Urbana	Total	Espiritualista	879	0,01
RS	Urbana	Total	Umbanda	108.470	1,06
RS	Urbana	Total	Candomblé	8.826	0,09
RS	Urbana	Total	Judaica	7.238	0,07
RS	Urbana	Total	Budismo	3.486	0,03
RS	Urbana	Total	Outras religiões orientais	2.851	0,03
RS	Urbana	Total	Islâmica	3.004	0,03
RS	Urbana	Total	Hinduísta	70	0,00
RS	Urbana	Total	Tradições esotéricas	3.810	0,04
RS	Urbana	Total	Tradições indígenas	138	0,00
RS	Urbana	Total	Outras religiosidades	55.041	0,54
RS	Urbana	Total	Sem religião	440.524	4,32
RS	Urbana	Total	Não determinadas	12.924	0,13
RS	Urbana	Total	Sem declaração	10.901	0,11

Quadro 1 – Distribuição demográfica, no Estado do Rio Grande do Sul, de fiéis por religião, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Censo 2000

Fonte: CERIS, 2006

Para esses autores, a Igreja Católica tem perdido muitos fiéis para as igrejas concorrentes (mas o movimento carismático está atraindo pessoas com faixa etária e renda diferente da igreja tradicional, o que indica um novo segmento de preferências) e esse problema pode estar relacionado ao *pós-uso* ou *pós-compra*. As religiões estariam então incorrendo no erro de não se preocupar em *fidelizar* seus adeptos.

No processo de ganho e manutenção de mercado, pelo ponto de vista de estratégia de marketing, a etapa de avaliação de pós-uso é importante na medida em que as pessoas têm trocado de religião e aqui temos um problema de pesquisa: *Que motivações, valores e critérios as pessoas estariam utilizando para fazê-lo?*

Tendo em vista a importância social da religião e o fato de que várias investigações podem ser feitas no campo da religiosidade com foco em múltiplas disciplinas (seja psicologia, filosofia, psiquiatria e no nosso caso o marketing), esse trabalho justifica-se por ter a proposta de clarificar como se dá a dinâmica dos valores e critérios que estão envolvidos nesse processo de tomada de decisão.

Alberto Antoniazzi (2003) manifesta em seu artigo[1] que existem critérios individuais de escolha que transcendem a prática oficial dos ritos religiosos. Tal fato é evidenciado quando este traz no seu trabalho uma análise de resultados das pesquisas do censo brasileiro.

Baseado na pesquisa do Centro de Estatística Religiosa e Investigações Sociais (CERIS, 2000), Antoniazzi (2003) também afirma que existe um bom número de brasileiros que freqüenta práticas religiosas de vários cultos. A pesquisa, feita sobre as seis maiores regiões metropolitanas brasileiras encontrou cerca de 25% dos entrevistados que freqüentam mais de uma religião, e aproximadamente metade deles (12,5%) o fazem sempre. Há muitos modos de crer e de praticar dentro do próprio catolicismo, para não dizer no mundo evangélico (notoriamente dividido em inúmeras denominações) ou em outras religiões, sem mencionar os que praticam mais de uma religião simultaneamente.

---

[1] Disponível em: http//:www.pucsp.br/rever/rv2_2003/p_antoni.pdf. Acessado em: 02 jul. 2006.

No mesmo artigo do autor, é salientado o fato de que a declaração “sem religião” parece indicar mais uma “desinstitucionalização” da religião e a emergência da chamada “religião invisível”, e esse parece ser um indicador forte que realmente existe uma insatisfação por parte de alguns praticantes para com o modelo tradicional religioso. O indivíduo não adere mais a uma religião institucionalizada, mas reduz a religião a um sentimento pessoal, íntimo, mas não acompanhado pela participação em comunidades ou instituições religiosas.

A Igreja compõe uma instituição fundamental da sociedade. Logo, o tema deste trabalho passa a ter importância, uma vez que as decisões que os indivíduos tomam quando rejeitam ou aceitam novas doutrinas pode significar que caracterize um novo perfil de comportamento social, que traz em si o reflexo de mudanças sociais, inclusive, nos valores pessoais. Trata-se de algo que pode ter relevância em nível das relações sociais, e que ecoa em todos os segmentos da sociedade brasileira.

Este trabalho procura apresentar uma conceituação genérica sobre as religiões, um referencial teórico sobre o marketing, uma abordagem sobre as principais características dos períodos moderno e pós-moderno, tendo em vista sua importância no ambiente social e que se reflete no comportamento dos indivíduos e a inserção da religião em tal contexto. Em seguida, é abordado o método utilizado para obter os dados primários (entrevistas), as análises pertinentes ao roteiro usado nas entrevistas e logo a seguir a conclusão, onde é feita uma avaliação do objetivo principal e dos objetivos secundários bem como do próprio problema de pesquisa. As entrevistas obtidas na pesquisa de campo constam no anexo do trabalho. A transcrição destas foi feita com foco nos objetivos que são a seguir apresentados.

1.1 OBJETIVOS

Os objetivos deste estudo se dividem em geral e específicos.

1.1.1 Objetivo Geral

Identificar e compreender as razões que levam as pessoas a tomar suas decisões para troca de religião, abandono da prática da mesma, freqüência a mais de uma religião ao mesmo tempo ou ainda de desfiliação de tais instituições.

1.1.2 Objetivos específicos

Para atingir o objetivo geral são definidos os seguintes objetivos específicos:

a) Identificar quais as mudanças de valores pessoais que participam da decisão;

b) Identificar o perfil das pessoas que possam ter maior tendência a tomar a decisão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Pretende-se dissertar o referencial teórico de maneira gradual, ou seja, iniciamos com abordagens relativas ao assunto mais específico do campo religioso e a seguir aborda-se os conceitos de marketing relativos ao comportamento do consumidor a fim de que possa ser feita uma comparação entre o referencial dos autores das disciplinas sociais e dos autores mais propriamente ligados ao marketing (comportamento do consumidor). Finalmente, serão trazidas outras informações relevantes que possam ser utilizadas para análise das entrevistas.

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO SOBRE RELIGIÃO

Nesta primeira parte do referencial teórico traremos algumas considerações sobre as religiões, mas que se limitam, na medida do possível, a servirem como base da adequação focada na tentativa de comparar o comportamento dos fiéis e o comportamento do consumidor. Não é nossa proposta aprofundar as descrições relativas às peculiaridades de cada religião, mas sim as generalidades, comuns a todas elas.

2.1.1 Definições sobre religião

Vários autores trazem definições sobre religião (VITTEL; PAOLILLO; SINGH, 2005). Dentre os clássicos temos Max Weber (apud VITTEL et al, 2005), que ao fazê-lo seguiu o escopo da religião corrente do seu tempo. Berger (1969 p. 176-177) anota que "...Emile Durkheim, em sua obra *The Elementary Forms of the Religious Life*, começa com uma descrição substantiva do fenômeno religioso,

particularmente na dicotomia do fenômeno sagrado/profano, mas termina com uma definição em termos da funcionalidade social geral da religião...". Ainda compilado por Berger (1969) em termos de funcionalidade social, apresenta que Thomas Luckmann (apud BERGER, 1969), na obra *Das Problem der Religion in der modernen Gesellschaft, 1963, versão Inglesa, The invisible Religion, 1967,* traz em sua essência a concepção de que religião é a capacidade do homem para transcender sua natureza biológica através da construção de objetivos, somado a uma moralidade e envolvendo todo um universo de significados. Conseqüentemente, a religião torna-se não somente um fenômeno social, mas de fato um fenômeno antropológico por excelência. Especificamente, a religião é equiparada com a autotranscendência simbólica. Portanto, é genuíno do homem a religiosidade, ao passo que é apenas a sua natureza biológica que o leva a ter semelhança com os animais.

2.1.2 Elementos constitutivos da religião

Na visão de Irineu Wilges[2] (1982), todas as religiões possuem elementos sociais constitutivos que as caracterizam, quais sejam:

a) Doutrina (crença, dogma): Toda religião tem sua doutrina. Doutrina sobre o sentido da vida, sobre a dor, sobre a matéria, sobre o além;

b) Ritos (cerimônias): através deles, a comunidade se une. Os ritos, símbolos e estruturas visíveis são partes essenciais do contexto religioso;

c) Ética (leis): cada religião traz consigo as conseqüências da sua doutrina, ensinando o que está certo e errado, dentro de seu cosmo-visão;

d) Comunidade: a religião tende a formar comunidade. As pessoas que estão convencidas de uma crença sentem-se atraídas umas pelas outras por um sentimento de coesão.

[2] Irineu Silvio Wilges é Doutor em Teologia dogmática.

No entanto, Crespi (1999), no que diz respeito à dimensão social da experiência religiosa, faz uma distinção entre dois tipos ideais de agregação humana: a instituição, enquanto organização formal do agir coletivo orientado para a realização de uma determinada finalidade, e a associação, enquanto encontro espontâneo entre indivíduos diversos, tendo como objetivo principal promover a autonomia do indivíduo.

A *instituição religiosa*, ao perseguir seus objetivos, tende a instrumentalizar os indivíduos, fazendo com que eles sacrifiquem a própria individualidade particular, uma vez que cada um é constantemente submetido à prova, para demonstrar o propósito de antepor os interesses da instituição aos interesses pessoais.

A *associação religiosa* pode estabelecer também uma própria finalidade, mas deve persegui-la promovendo a autonomia de seus membros, bem como o seu enriquecimento interior e suas potencialidades criativas. Tal finalidade não é imposta, mas constitui uma meta, cujo sucesso fica totalmente confiado às iniciativas e às decisões dos próprios indivíduos.

2.1.3 Religiosidade oficial X religiosidade popular

Por um ponto de vista prático, Oliveira (1985, p.127) diz que:

> As representações e práticas religiosas são objetivamente eficazes para assegurar a reprodução de um grupo social dado porque elas têm um conteúdo de realidade. Conteúdo expresso num código próprio, produzido pelo imaginário social, mas não ilusório, porque exprime relações sociais reais.

Baseamo-nos na Igreja Católica para identificar a especificação entre religiosidade oficial e religiosidade popular, para dissertar sobre tais relações sociais, tendo em vista que ela é uma das instituições mais sólidas e influentes na sociedade civil brasileira, sem contar que o número de seguidores declarados compreende a grande maioria da população conforme pode ser visto no Quadro 1 e ratificado por Antoniazzi (2003), mencionado anteriormente.

Segundo Oliveira (1985 p. 11; 113;) o catolicismo foi implantado no Brasil desde a chegada dos colonizadores portugueses, como sendo a religião oficial do Estado. Ele conserva esse estatuto até a proclamação da República, quando se separam Igreja e Estado.

O catolicismo implantara-se no Brasil como a religião do Estado, sendo um dos elementos essenciais da empresa colonial portuguesa.

No entanto, temos uma distinção entre duas práticas do catolicismo ao longo de todo período histórico brasileiro, ou seja, o catolicismo popular e o oficial:

a) *Catolicismo oficial:* é articulado e hierarquizado por um aparelho eclesiástico. Tem o poder de decisão centralizado na Santa Sé (o Papa e a Cúria Romana). É regida por um conjunto de normas e rituais baseadas em dogmas. Compreende os sacramentos e a catequese formal;

b) *catolicismo popular:* é o conjunto de representações e práticas religiosas dos católicos que não dependem da intervenção da autoridade eclesiástica para serem adotadas pelos fiéis, ou seja, as representações e práticas relativas ao culto dos santos e à transação com a natureza e não os sacramentos e a catequese formal.

Interessa para este trabalho mencionar que a expressão catolicismo popular na verdade é uma especificação da definição mais geral, que Oliveira (1985) usa a partir da conceituação de P. Bordieu (apud OLIVEIRA, 1985) definindo as religiões populares como sendo produto do trabalho anônimo e coletivo de um grupo humano, e por ele adquiridas no estado implícito por simples familiaridade; em conseqüência, as suas práticas e representações são propriedade comum de todos os membros desse grupo. Essa produção religiosa contrapõe-se à produção religiosa com representações e práticas sistematizadas produzindo doutrinas e rituais explicitamente formulados.

Portanto, existe uma produção religiosa destinada ao todo social, e outra autoproduzida popularmente e Gramsci (apud OLIVEIRA, 1985 p.127) nos confirma isso quando diz que “toda religião na verdade tem uma pluralidade de expressões religiosas, segmentada por classe ou grupo social”.

2.2 REFERENCIAL TEÓRICO SOBRE MARKETING

Nesta segunda parte do referencial teórico traremos algumas considerações sobre o marketing, mas que acompanham a proposta da primeira parte do referencial teórico, ou seja, limitar-se, na medida do possível, a servirem como base da adequação focada na tentativa de comparar o comportamento dos fiéis e o comportamento do consumidor.

2.2.1 Definição de marketing

A *American Marketing Association* definiu que: “Marketing é o processo de planejamento e execução do conceito, do preço, da comunicação e da distribuição de idéias, bens ou serviços, de modo a criar trocas que satisfaçam objetivos individuais e organizacionais” (CHURCHILL JR; PETER, 2003, p. 4). Portanto, se for possível observar a religião pelo ponto de vista de ser uma instituição de serviço, o marketing poderá nos servir de apoio para estudá-la considerando o fato de que sua própria definição (do marketing) engloba os serviços.

2.2.2 A decisão e os participantes

Kotler (2002, p. 264) afirma que “uma pessoa compra um serviço conforme o tipo de decisão em questão. Algumas decisões de compra são mais importantes, complexas e arriscadas do que outras e por isso tendem a exigir mais tempo e participantes para análise”.

Howard e Sheth, (apud KOTLER, 2002) sugeriram a seguinte classificação para s decisões de compra individuais:

a) *Comportamento de compra rotineiro*: é uma decisão simples, pois o comprador normalmente está familiarizado com as ofertas disponíveis e tem preferências bem específicas;

b) *solução de problemas limitados:* decisão para quem está procurando serviços que já conhece mas que tem pouca familiaridade com os fornecedores disponíveis. Geralmente enfrentam longas buscas e deliberam muito;

c) *problemas maiores*: com maior grau de complexidade, ocorre quando o comprador estiver procurando serviços que não conhece entre fornecedores também desconhecidos.

Um conhecimento melhor de como as pessoas tomam tais decisões e conseqüentemente escolhem profissionais de serviços pode ser muito útil para se desenvolver estratégias de fidelização e captação de clientes.

Para reduzir a considerável incerteza inerente à escolha dos serviços profissionais, as pessoas tendem a ouvir muitas opiniões antes de tomar uma decisão. Os parentes, os amigos, os colegas de trabalho, e outras fontes confiáveis vêem-se muitas vezes envolvidos na decisão que a pessoa deve tomar.

2.2.3 As influências na Decisão

Com uma observação geral, constata-se que as pessoas são muito influenciadas pelas suas características culturais, sociais, pessoais e psicológicas. Certamente que se deseja identificar os fatores mais importantes e avaliar seu impacto relativo sobre a tomada de decisões. A seguir temos um rápido exame de cada uma das principais características (KOTLER, 2000, p. 267-270):

a) *Características culturais:* é a influência mais ampla que o comprador de serviços sofre. A cultura, a subcultura e a classe social podem ter efeitos importantes, embora sutis, sobre a tomada de decisão. As influências culturais são apuradas e absorvidas pela pessoa a partir da infância. As forças primárias que exercem essas influências são as famílias, as escolas e mais tarde, as ambientes de trabalho.

Cada cultura inclui *subculturas* menores: grupos de pessoas que partilham sistemas de valores que têm como base as situações e as experiências de vida em comum. As subculturas podem incluir nacionalidades, religiões, grupos raciais e regiões geográficas.

Quanto à *classe social*, pode haver uma relação para com a utilização de determinados serviços profissionais. As classes mais altas, por exemplo, usam com mais freqüência serviços de psicoterapia ou imobiliários, quando comparadas às classes mais baixas;

b) *características sociais:* a vontade de agradar, impressionar ou elevar-se perante os membros da família, os amigos, os colegas de trabalho, o exercício de papéis sociais e *status* pode levar à preferência e à escolha por certos tipos profissionais que estejam de acordo com tal anseio;

c) *características pessoais:* as decisões também são influenciadas pelas características pessoais tais como idade, estágio do ciclo de vida, ocupação, situação econômica, estilo de vida, personalidade e autoconceito;

d) *características psicológicas:* são quatro os fatores psicológicos importantes: motivação, percepção, aprendizagem e crenças e atitudes. A pessoa motivada está pronta para agir, mas sua maneira de agir é influenciada pela percepção da situação. As pessoas aprendem a partir de suas ações. Como resultado da experiência que teve com uma empresa prestadora de serviços, uma pessoa pode estar positiva ou negativamente influenciada para usar a mesma empresa uma segunda vez. Se a experiência tiver sido positiva, a pessoa estará mais inclinada a procurar outra vez a mesma empresa.

Tendo como ponto de partida suas ações e seu aprendizado, as pessoas adotam crenças e atitudes que também influenciam seu comportamento futuro. As crenças e as atitudes levam as pessoas a gostar ou a detestar coisas e a se aproximar ou afastar delas.

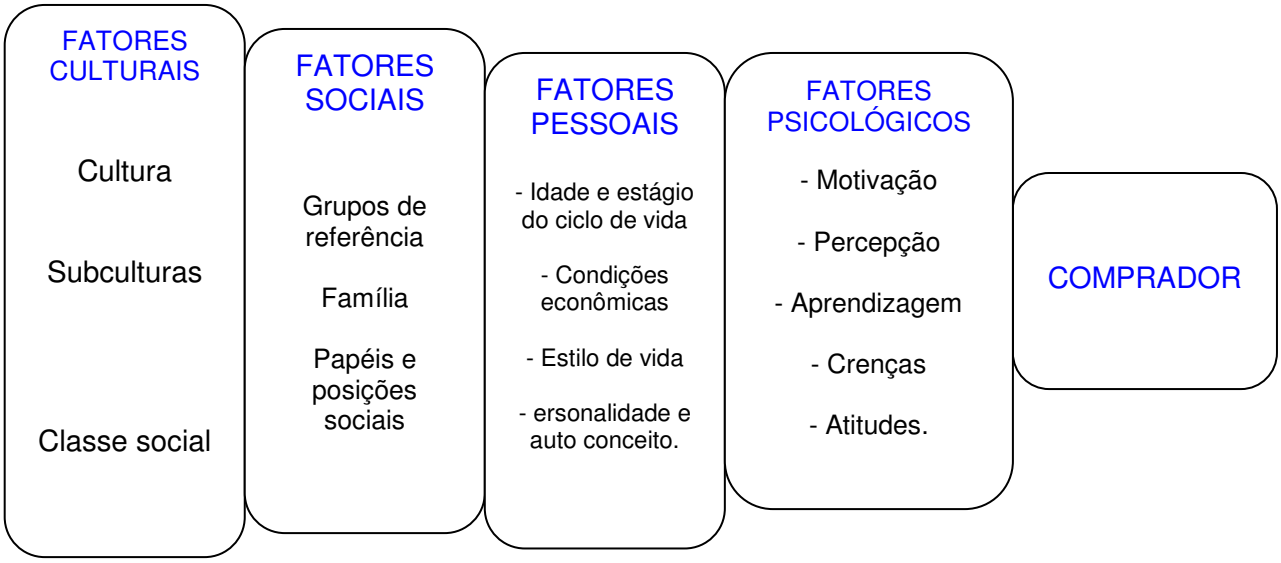

Figura 1 – Modelo Detalhado das Características que Influenciam os Compradores
Fonte: Kotler (2002, p. 268).

2.2.4 O processo de decisão do consumidor

Kotler (2002) apresenta o processo de raciocínio dos consumidores, durante o processo de decisão, dividido em cinco etapas que devem ser encaradas como uma estrutura genérica, passível de modificações, ilustrado na figura 6.

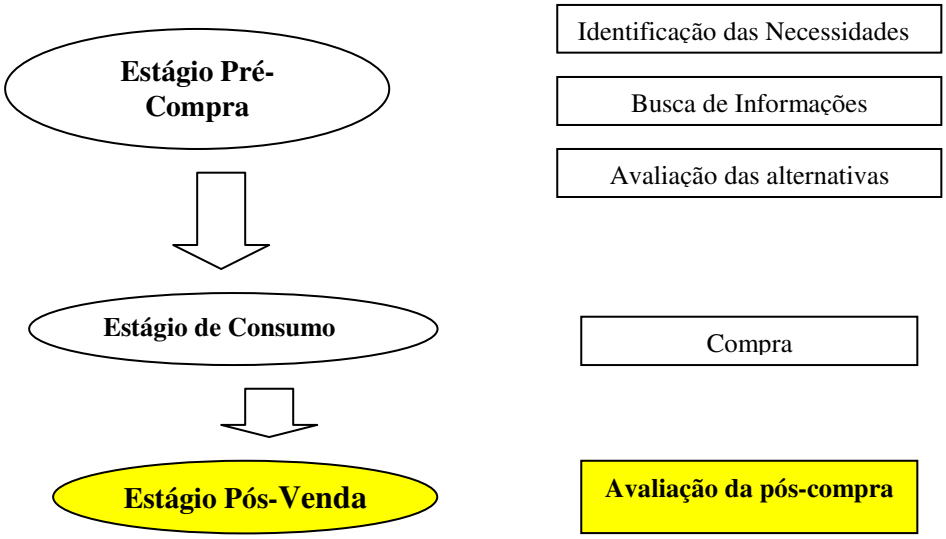

Figura 2 - Modelo do Processo de Decisão do Comportamento do Consumidor
Fonte: Kotler (2002, p. 271).

Os estágios sintetizam as etapas e estas são descritas a seguir:

a) *Primeira etapa - identificação das necessidades*: o processo de compra começa no momento em que o comprador percebe uma necessidade ou um problema, que pode surgir a partir de um estímulo interno, social ou comercial. Um estímulo interno consiste na pessoa começar a sentir que precisa ou está pronta para fazer algo. Esse estímulo pode ter origem em um estímulo fisiológico, como uma doença ou um ferimento, que exige cuidado médico, ou em um estímulo psicológico, como solidão ou ansiedade, que talvez seja resolvido por um assistente social. Os estímulos sociais têm origem no grupo social da pessoa ou a partir de outros grupos significativos. Os estímulos comerciais constituem o resultado de uma comunicação, que pode ter sido através de um anúncio de serviços. A atenção a obtenção do conhecimento dos estímulos que geram interesse pelos serviços profissionais específicos são importantes tanto no que diz respeito de onde teve sua origem como também qual é a sua intensidade. Essas informações decorrem da experiência, bem como dos dados obtidos com a utilização de pesquisas, como dinâmicas de grupo, entrevistas em profundidade e pesquisas em geral.

b) *Segunda etapa-busca de informações*: a pessoa poderá ou não buscar informações sobre a maneira de atendê-la. Se o consumidor realmente for em busca dessas informações, poderá fazê-lo de maneira limitada, conhecida como atenção elevada, ou mais extensa, chamada de busca ativa de informações. A atenção elevada torna a pessoa especialmente receptiva às mensagens relevantes para sua necessidade. A busca ativa de informações envolve a coleta intencional de dados. O buscador estudará apenas um número limitado de alternativas, levando em consideração suas experiências anteriores, a conveniência e o que sabem. As alternativas consideradas são conhecidas como conjunto de opções. Uma das fontes dessa coleta de dados é chamada de busca interna, ou seja, é a recorrência à própria memória, recordando-se de prestadores de serviço que estejam capacitadas a resolver o problema. Trata-se de uma abordagem passiva à coleta de dados e pode ser seguida por uma busca externa, que envolverá a coleta de novas informações provenientes de outras fontes. Essas fontes poderão ser pessoais (família, amigos ou vizinhos), comerciais (propaganda, vendedores, entidades profissionais), públicas (mídia) e experimentais (quando o cliente experimenta o serviço oferecido).

c) *Terceira etapa – avaliação das alternativas*: após ser selecionado um conjunto de opções, os compradores passam a avaliá-lo a partir de: (1) atributos que são levados em conta ao analisar os prestadores de serviço; (2) importância relativa que é designada a cada atributo identificando quais são os de maior ou menor relevância; (3) as crenças sobre o quanto de cada atributo importante os prestadores alternativos possuem; (4) os níveis ideais de cada atributo; (5) os procedimentos de avaliação que podem consistir em uma avaliação não-sistemática das alternativas, na avaliação com base na intuição, numa simples escolha que leva em conta uma sensação interior ou numa técnica de avaliação sistemática, como a comparação dos atributos. Os consumidores usam caracteristicamente uma série de atributos quando avaliam um serviço;

d) *Quarta etapa – compra:* a avaliação das alternativas leva à identificação do produto. Contudo, fatores como a atitude de terceiros, tais como os membros da família ou os amigos mais respeitados, bem como os fatores situacionais imprevisíveis, como a perda do emprego ou uma súbita doença, podem desestimular ou mesmo impedir que o cliente compre do prestador já escolhido. A compra também poderá ser adiada ou mesmo impedida se o comprador notar um elevado risco;

e) *Quinta etapa – avaliação pós-compra:* depois de comprar e utilizar um determinado serviço, o cliente revisará suas opiniões sobre os prestadores de serviços e formará algum julgamento geral de satisfação ou insatisfação.

2.2.5 Grupos de referência

Para Schiffman e Kanuk (1997, p. 229-230), um grupo de referência "[...] é qualquer pessoa ou grupo que sirva como ponto de comparação (ou referência) para um indivíduo na formação de valores, atitudes ou comportamento, tanto gerais como específicos [...]".

Os autores, ainda, separam os grupos de referência em **grupos de referência normativa** e **grupos de referência comparativa** sendo que o primeiro é o que influencia valores ou comportamentos gerais ou de definições amplas (por exemplo, para a criança o grupo imediato é a família). Já o segundo grupo serve como marco para atitudes ou comportamentos específicos ou estreitamente definidos (por exemplo, a família vizinha, em função de seu estilo de vida admirável).

Os principais grupamentos sociais que influenciam o comportamento de consumo são, por ordem: a família, os amigos, a classe social, subculturas específicas, a cultura pessoal do indivíduo, e mesmo, outras culturas.

Família: Em sentido dinâmico, os indivíduos que constituem uma família podem ser descritos como membros do grupo social mais básico que vivem juntos e interagem para satisfazer as suas necessidades mútuas. A família tem quatro funções básicas que são relevantes para discutir o comportamento do consumidor, quais sejam: bem-estar econômico, apoio emocional, estilos de vida adequados e a socialização dos membros da família. Parece ser bastante comum a fidelidade a um produto ou marca ser transferida de uma geração para outra, talvez por até três ou quatro gerações dentro da mesma família (SCHIFFMAN E KANUK, 1997, p. 249).

Classe social: A classe social é definida como a divisão dos membros de uma sociedade em uma hierarquia de classes de status distintos, de modo que os membros de cada classe tenham relativamente o mesmo status e os membros de todas as outras classes tenham mais ou menos status (SCHIFFMAN E KANUK, 1997, p. 267).

Cultura: É a soma total das crenças, valores e costumes aprendidos que servem para direcionar o comportamento na sociedade.

Subculturas: Um grupo cultural distinto que existe como um segmento identificável dentro de uma sociedade maior e mais complexa.

2.2.6 Lealdade / Fidelidade

Para entendermos o processo de fidelização de clientes, antes de tudo precisamos ter em mente como é o comportamento do comprador individual antes da etapa pós-cliente, mas iremos previamente revisar alguns conceitos importantes do marketing que podem ser úteis.

2.2.6.1 Orientações do Marketing

Segundo Churchill Jr. e Peter (2003, p. 12-14), “as orientações tradicionais de marketing são para: produção, vendas, marketing e valor”.

No entanto, resgataremos apenas a orientação para marketing e para valor:

Orientação para marketing: prega que o cliente deve ser consultado antes do desenvolvimento do produto, de modo a torná-lo mais funcional, atendendo aos principais desejos e necessidades do cliente. Segundo Churchill Jr. e Peter (2003, p. 9), “É uma filosofia de negócios que se concentra em compreender as necessidades e desejos dos clientes e construir produtos e serviços para satisfazê-los”. O fato de esta orientação ter o cliente como foco, pode limitar a atenção dada aos funcionários e fornecedores, criando problemas de relacionamento;

Orientação para o valor: é uma evolução da orientação para o marketing, cujo enfoque baseia-se em seis princípios:

-*Princípio do cliente:* em que os profissionais de marketing da empresa devem concentrar-se nas atividades de marketing que criam e fornecem valor ao cliente;

-*Princípio do concorrente:* em muitos casos, o cliente pode se sentir tentado a comprar (ou usar um serviço) um produto semelhante da concorrência. Quando isso ocorrer, os profissionais de marketing devem agir de modo a oferecer um valor superior nos produtos e serviços em relação aos da concorrência;

-*Princípio proativo:* em que os profissionais de marketing não podem apenas esperar que o ambiente mude para se adequar a ele. É preciso provocar mudança nos mercados e ambientes para melhorar sua posição competitiva. Porém esta manipulação deve ser efetuada de forma ética, criando valor superior para o cliente;

-*Princípio interfuncional:* é necessário haver interação entre os profissionais de marketing e outros setores, de modo a facilitar e enriquecer as relações nas tarefas de planejamento, implementação e controle;

-*Princípio da melhoria contínua:* é preciso que se mantenha o aprimoramento ininterrupto nos produtos, estratégias e operações. Porém, é imprescindível o esforço constante do pessoal de marketing, juntamente com outros setores, no sentido de buscar maneiras cada vez melhores e mais eficientes de criar valor para o cliente;

-*Princípio do stakeholder:* apesar de o cliente ser o principal foco das operações de marketing voltado para o valor, os demais públicos envolvidos com a corporação, como: funcionários, fornecedores, concorrentes, comunidades locais e órgãos do governo não podem ser esquecidos. Cada um deles tem sua parcela de importância para que o processo flua corretamente e devem ser tratados com respeito e lealdade.

Ainda no que diz respeito ao valor, segundo Churchill Jr. e Peter (2003, p.14), "o valor para o cliente pode ser traduzido como uma equação, onde os benefícios percebidos pelo cliente em relação a um produto ou serviço são maiores que os custos necessários para adquiri-lo". A Figura 7 ilustra esta equação.

A EQUAÇÃO DO VALOR

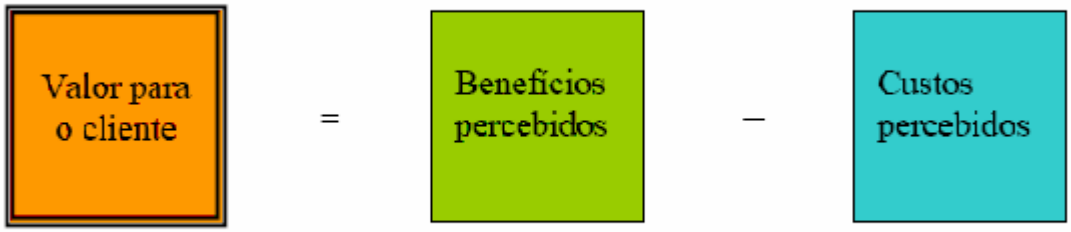

Figura 3 – A equação do valor
Fonte: Churchill Jr. e Peter (2000, p. 14).

Segundo Griffin (1998, p. 20) “o estabelecimento da fidelidade exige que a empresa enfatize o valor de seus produtos e serviços e demonstre estar interessada em estabelecer um relacionamento com o cliente”.

Valsoir Tronchin, sócio-diretor da Peppers and Rogers Group, afirma que a sobrevivência e a garantia de lucratividade de uma organização dependem da relação de longo prazo com seus clientes. Sem esse relacionamento, ela não sobreviverá. Ela não pode tratar clientes da mesma maneira, ela precisa diferenciá-los (PARTIDA, 2000).

Churchill (2000, p. 18) afirma que “a oferta de um valor superior para os clientes pode deixá-los satisfeitos ou mesmo encantados. Isso pode conduzir à fidelidade, o que é desejável, uma vez que manter os clientes atuais é muito mais eficiente do que atrair novos clientes“.

O mesmo autor apresenta ainda que a fidelidade dos clientes leva a relações duradouras e lucrativas entre clientes e empresas.

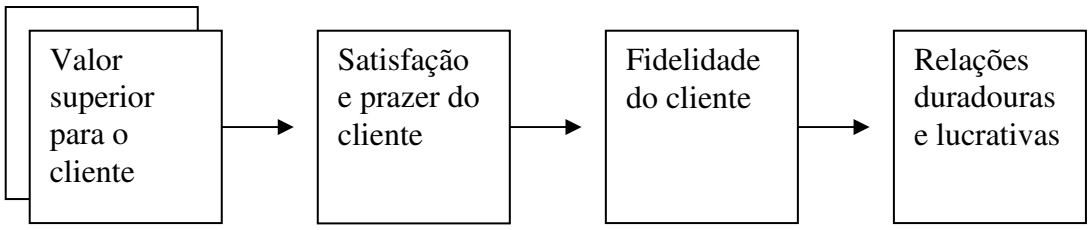

Figura 4 – As conseqüências de um valor superior para o cliente
Fonte: Churcill Jr. e Peter (2000, p. 18).

Griffin (1998, p. 251) nos reforça essa idéia ao dizer que “os funcionários da linha de frente, os que lidam diretamente com o público são a chave para o desenvolvimento da fidelidade, pois seu desempenho determina as opiniões dos clientes sobre a empresa”.

2.2.6.2 Fatores para manter os clientes fiéis

Ainda, segundo a autora, cinco fatores devem ser levados em consideração pelas empresas que desejam manter seus clientes fiéis:

- **Investigar o cliente**: descobrir quem são seus clientes, quais os mais assíduos, quais as suas preferências, quais motivos mantêm sua freqüência. Conseqüentemente, pode-se descobrir os clientes que diminuíram sua assiduidade, e os principais motivos que os levaram a isto. Pode-se conseguir estas informações desenvolvendo um banco de dados ou contratando uma empresa especializada neste assunto;
- **Erguer barreiras contra mudanças**: além de conhecer seus clientes é necessário que as empresas dificultem sua fuga para outros fornecedores. Pode-se conseguir isto criando barreiras que os desestimulem a procurar outro fornecedor. Existem três tipos de barreiras: física, que diz respeito à localidade do fornecedor em relação ao cliente, tornando-se uma vantagem quanto à economia de tempo e logística; econômica, quando os preços oferecidos fazem a diferença, mantendo a preferência do cliente e psicológica, quando o fornecedor consegue imprimir, no cliente, uma sensação de que seus produtos são essenciais para ele;
- **Contratar e treinar os funcionários em função da fidelidade:** os funcionários que trabalham na linha de frente das empresas podem definir a opinião do cliente em relação à instituição, conforme o tratamento oferecido. É fundamental que estes funcionários sejam criteriosamente selecionados e recebam o treinamento adequado, para que possam oferecer serviços com a qualidade esperada pelo cliente;
- **Motivar o pessoal focalizando a fidelidade:** para que os funcionários mantenham um alto nível de serviços, eles precisam de motivação e incentivo. O ideal é fazer com que o funcionário sinta-se importante dentro do processo, ouvindo suas idéias e sugestões e aplicando-as no dia a dia da empresa.

- **Comercializar em função da fidelidade:** para se conseguir fidelidade no comércio de seus produtos (e serviços), as empresas precisam desenvolver planos focados no cliente, fazendo com que este perceba valores superiores na empresa e seus produtos em relação aos concorrentes. Estes planos podem ser:

Marketing em função do relacionamento: quando a empresa tenta criar um vínculo pessoal com o cliente, pesquisando suas preferências e necessidades e antecipando o fornecimento dos produtos ou serviços que o cliente possa desejar;

Marketing em função da freqüência: quando a empresa tenta manter a continuidade do consumo por parte do cliente, oferecendo-lhe vantagens e recompensas por sua fidelidade;

Marketing em função da pertinência: quando a empresa organiza seus clientes em grupos, com direito a vantagens específicas e desta forma mantém controle sobre suas compras ao mesmo tempo em que incentiva a constância de consumo e inserção de novos membros ao grupo.

Singh e Wilkes, (apud FERNANDES, 1996), são referidos no artigo As conseqüências da insatisfação dos clientes com objetivo de apresentar o fato de que apesar de estudos consistentes terem identificado os fatores principais do comportamento pós-insatisfação do consumidor e encontrado resultados expressivos pela abordagem da personalidade, poucos trabalhos incluem esses fatores.

2.3 DADOS SECUNDÁRIOS RELEVANTES

A seguir, foram compilados alguns dados relevantes para auxílio na interpretação dos resultados deste trabalho. Basicamente focam as características do período moderno e pós-moderno, mas que na verdade se relacionam em um continuum temporal, e não como períodos completamente distintos. Foi considerada importante tal abordagem em vista da discussão do

comportamento individualista das pessoas. Está incluso uma breve dissertação de como a religião está inserida nesse contexto.

2.3.1 Religião e o contexto moderno X pós-moderno

Para Bruno Birck (BIRCK, 1997) sociedade pós-moderna é uma designação ao clima sociocultural do fim dos anos 80. É um clima de busca de uma saída para a crise da modernidade. O pós-moderno não significa um momento posterior ao moderno, o que, então, seria moderno. A modernidade se constitui através da lógica do progresso. O momento seguinte é síntese da crise, do choque dos contrários anterior.

O pós-moderno é uma descontinuidade em relação ao moderno. É o desencanto com a modernidade. Mas convivem na mesma sociedade o pós-moderno e o moderno.

Para Steffano Martelli (apud BIRCK, 1997), sociólogo da religião italiano, o século XX foi marcado por dois fenômenos fundamentais: o fenômeno da secularização, onde se dá o eclipse do religioso, e o fenômeno do eclipse da secularização, no qual se verifica um despertar religioso. A secularização é um fenômeno de desconstrução, de demolição. Se a secularização moderna foi a demolição da cosmovisão mítico-religiosa que se acentuava nas bases do sagrado, a secularização pós-moderna é a demolição, ou desmitificação da ideologia do progresso que construiu suas bases na fé leiga ou secular da universalidade da razão humana e na visão otimista do progresso evolutivo.

A modernidade produziu um eclipse do sagrado, da tradição pela secularização. Agora o eclipse voltou-se contra a própria modernidade, ou seja, é a secularização, a desmitificação da ideologia do progresso evolutivo. Por isso, a pós-modernidade é uma contra-utopia, afirma Birck (1997), e em segundo lugar, um retorno à tradição.

2.3.2 Características do moderno e do pós-moderno

Freitas[3] (FREITAS, 1997, p.9) apresenta que a modernidade de fato começa com a descoberta do novo mundo por Cristóvão Colombo e assume sua forma integral depois da revolução industrial. E essa modernidade da sociedade industrial desenvolve uma mitologia, um sistema de referências, de normas, de crenças, de ideais e de símbolos de que necessita o homem para ter sua autoconsciência e dar um sentido à sua vida.

A modernidade foi consagrada através de mitos. Os mitos fundadores da modernidade são justamente os que estão hoje moribundos. Dentre os principais, Freitas analisa os seguintes:

a) *Mito da automaticidade do progresso e do sentido da história*: consistia na crença de que o progresso era algo necessário, inevitável, constante, ininterrupto, uniforme e generalizado, ou seja, a sociedade e o homem desenvolviam automaticamente o progresso. Hoje não se verifica tal automaticidade. A história é acompanhada de retrocessos que mesmo em períodos de desenvolvimento tecnológico mais extraordinário e progresso cultural há regressões. A história é um processo, em grande parte, caótico, irracional incontrolável, insuscetível de previsões ou de antecipações;

b) mito do Estado libertador e protetor (Estado-nação): Acreditava-se que ele seria sempre libertador e protetor do homem, que este pertencia à nação e que a nação era a realização máxima do homem (Hegel, apud Freitas). O que se vê é o contrário. Não só não é libertador mas cada vez mais opressor, e ainda abandona o homem a sua própria sorte, uma vez que este Estado está perdendo o seu poder, pois está cada vez menos tem capacidade de determinar o curso dos acontecimentos e até mesmo a vida econômica, a vida social. O Estado é cada vez mais questionado e negado, dando lugar ao surgimento de tribalismos de toda espécie, através do multiculturalismo;

---

[3] Décio Bergamaschi Freitas é escritor e conferencista.

c) *mito das luzes (crença na ciência e na razão):* A idéia de que na ciência estava a solução para todos os problemas. Essa é uma das crenças mais profundas do homem moderno, na verdade, a ciência passa a ser a religião do homem moderno. Ao contrário do que se imaginava, ela é marcada pela impotência, já que não consegue resolver problemas como por exemplo a cura da AIDS, ou não poder explicar ao homem certas coisas elementares que são a fonte da sua angústia (origem do universo, o sentido da vida);

d) *mito do trabalho e da ética do trabalho:* A crença profundamente arraigada no homem moderno de que o trabalho e a ética do trabalho constituíam a fonte do enriquecimento, do bem estar e da liberdade individual. No entanto, o que se assiste é o surgimento de um tipo de economia que cria o trabalho redundante resultado da automatização, em que o trabalho humano intervém cada vez menos. Daí o problema do desemprego em massa que se vê no mundo;

e) *mito do messianismo revolucionário:* a modernidade nasceu através das revoluções (a revolução inglesa da metade do século XVII, a americana no século XVIII, a holandesa no século XVII e finalmente a revolução francesa). Segundo esse mito, a mudança na sociedade só se pode operar através da revolução, ou seja, mudança radical da estrutura econômica, social e política. Mas se verificou que a revolução não é via necessária para a mudança no sentido da libertação. Na maioria das vezes, a revolução conduziu a despotismos cruéis (a revolução socialista tem sido um exemplo bastante explorado nesse sentido);

f) *O mito da arte como forma de espiritualização:* a arte é uma das formas de espiritualização do homem, nas formas pelas quais transcende a sua animalidade ou a sua bestialidade, mas viu-se o esgotamento da arte. Houve o fato de ela não conseguir nunca transcender as pequenas minorias interessadas, especializadas, dotadas de uma sensibilidade especial. Além disso, assiste-se a um processo de substituição da arte por aquilo que se chama cultura pós-moderna, desprovida de estética.

Modernidade X Pós-modernidade

Automaticidade do progresso e do sentido da história (necessário, inevitável, constante,ininterrupto, uniforme e generalizado).	Não há automaticidade do progresso e do sentido da história (a história é em grande parte um processo caótico, irracional incontrolável, insuscetível de previsões e antecipações)
Estado libertador e protetor (o homem pertence a nação e esta é a realização máxima do homem).	Estado questionado dando o lugar de espírito nacional para os tribalismos multiculturais.
A ciência / razão passa a ser a religião do homem moderno: é encarada como a solução para todos os problemas.	A ciência não supera seus limites. Marcada pela impotência para explicar questões relacionadas a razão da angústia do homem (origem do universo; o sentido da vida).
Crença de que o trabalho e a ética do trabalho constituíam a fonte do enriquecimento, do bem –estar e da liberdade individual.	Novo tipo de economia: automatização que minimiza a intervenção do homem levando ao desemprego em massa no mundo.
A arte é uma das formas de espiritualização do homem.	A arte não transcende minorias dotadas de sensibilidade especial e substituição da mesma pela cultura pós-moderna.
Valores afirmando a necessidade da solidariedade social.	Individualismo cada vez mais exacerbado; o homem valorizado por ser mais competitivo.

Quadro 2 - Comparação entre a modernidade e a pós modernidade
Fonte: Adaptado de Freitas (1997).

Além desses mitos, Freitas (1997, p. 12) fala-nos do mito da solidariedade quando diz que “mesmo nos primeiros tempos do liberalismo mais restrito, havia conceitos e, acima de tudo, valores afirmando a necessidade da solidariedade social”. Atualmente, isso dá lugar a um individualismo cada vez mais exacerbado. E o individualismo transforma os homens não em seres solidários, mas cada vez mais competitivos, e nesta concepção, quanto mais competitivo ele for mais valorizado será.

Esses mitos são importantes porque são normas que dão consistência, sentido e segurança ao homem. Sem mitos ele se sente desarmado, perdido e desorientado, e é assim que ele se sente nestes tempos pós-modernos. Isso pode estar sendo ocasionado pelo aparecimento de uma nova civilização que guarda elementos da modernidade, mas que não é mais. Tal civilização tem como fundamento a superação da sociedade industrial pela sociedade da informática. A primeira é uma sociedade que produz bens materiais, transformando em mercadorias; a segunda é um sistema de produção que busca cada vez mais bens imateriais e que funciona também de forma imaterial, valendo-se da informática e da automação, sempre prescindindo o trabalho humano. Já a ciência, por estar cada vez mais insuficiente, é comandada pela tecnologia e está sempre em maior intensidade dedicada ao aperfeiçoamento desta, levando a uma maior exclusão do homem no trabalho.

2.3.3 Religião e pós-modernismo

Bruno Birck (1997) apresenta o fato de especialmente nos anos 80 assistirmos o surgimento de um sem número de novos movimentos religiosos. A revolução de Jesus Cristo, a Igreja da unificação, do Rvmo. Moon, Sociedade Internacional para a Consciência de Krishna, a Missão da Divina Luz, a meditação Transcendental, os Meninos de Deus ou Família do amor, Seicho-no-iê. No Brasil assistimos o avanço significativo das Pentecostais. Almeida (1998) faz referência a essa ampla diversificação apresentando-as sob uma classificação por porte e doutrina, ou seja, grande porte, médio porte, pequeno porte, mini porte e porte

desconhecido. Mas nas igrejas tradicionais também repercutiu internamente. Na igreja Católica, por exemplo, ocorreu o movimento ultraconservador denominado Mons Lefevre. Com maior repercussão, surgiu o movimento da renovação carismática também citado por Salvi e Giglio (2003) como nova opção feita por um público diferenciado dentro da própria Igreja Católica.

Os novos movimentos religiosos possuem algumas características:

Os movimentos que atingem especialmente os jovens de classes instruídas e da média burguesia e classe elevada são elementos exóticos e um novo sentido da vida cultural. Tal fato apresenta-se como um protesto contra os modelos racionalizados da sociedade secularizada. Por exemplo, um discípulo de Krishna não pode ter profissão, não pode estudar, deve viver em habitações coletivas, trabalhar e doar todos os bens à sociedade Krishna;

Outra característica é quanto à participação dos fiéis. Todos podem participar. Nas igrejas tradicionais a participação é hierarquizada. A palavra é dirigida por especialistas. Nos cultos pentecostais, por exemplo, qualquer participante pode ser indicado, pelo Espírito Santo, a proferir a palavra. A liderança carismática substitui a hierárquica. A crença na autoridade carismática sem restrições, em nome do espírito Santo, parece mais uma desconstrução da liberdade, ou da autonomia que fora a grande conquista moderna;

Outra característica é a coesão dos fiéis. Ela não se dá por uma consciência de pertença a uma macroestrutura, mas sim por comunidades emocionais fundamentadas na vivência da conversão. Vemos a valorização do emocional e do pessoal sobre o racional e o coletivo. È a desconstrução da sociedade construída sob os ditames da racionalidade.

Tem-se ainda como característica dos novos movimentos religiosos a tendência ao sincretismo. Elementos de experiências religiosas diferentes misturam-se com facilidade. O indivíduo pode servir-se de toda sorte de rituais, objetos e recursos místicos. É um shopping do sagrado.

Igreja tradicional X Novos movimentos religiosos

Modelos racionalizados da sociedade secularizada	Os movimentos que atingem classes mais altas são elementos exóticos e um novo sentido de vida cultural
Para os fiéis, nas igrejas tradicionais, a participação é hierarquizada. A palavra é dirigida por especialistas; A liderança é hierarquizada	Todos podem participar. A liderança é carismática; Crença sem restrições no líder (desconstrução da autonomia identificada na modernidade).
A coesão dos fiéis dá-se por uma consciência de pertença a uma macroestrutura. O fiel é consciente, racional e coletivo.	A coesão se dá por comunidades emocionais. É fundamental a vivência da conversão. O fiel é pessoal e emocional.
Igreja com seus ritos e cerimônias próprios.	Sincretismo: shopping do sagrado.

Quadro 3 - Comparação entre a Igreja tradicional e os novos movimentos religiosos
Fonte: Adaptada de Freitas (1997).

A amplitude da complexidade do sistema social pós-moderno amplia o espaço de liberdade dos indivíduos e dos grupos. É o crescimento da autonomia dentro da organização social. Os sistemas são auto-referenciais; cada sistema se constitui a si mesmo. A complexidade também atingiu as religiões institucionais. Por exemplo, no catolicismo há uma multiplicidade crescente de linguagens, formas de religiosidade, de códigos e elaborações teológicas como funções exercidas em relação ao sistema social. A religião, apesar das ambigüidades e distorções, move-se com maior liberdade entre os fenômenos de secularização e dessecularização co-presentes no ambiente cultural pós-moderno.

A religiosidade do homem pós-moderno é fundamentalmente sentimento. É a vivência imediata do transcendente. O ritual não é pensado ou assistido, mas profundamente vivido.

3 DESCRIÇÃO DO MÉTODO

Dellagnello e Silva (2005) justificam que a análise de conteúdo na pesquisa em administração é uma tarefa interessante tendo em vista sua crescente utilização por pesquisadores nos Brasil, em especial nas abordagens predominantemente qualitativa. As autoras sugerem que tal interesse pela análise de conteúdo está relacionado à necessidade de se apoiarem em uma técnica de análise de dados em pesquisa qualitativa que alcance alguma credibilidade acadêmica entre seus pares, sem, no entanto, ficarem restritos aos métodos quantitativos mais clássicos nem, tampouco, se lançarem numa atividade de pesquisa que exclua o método.

3.1 CONCEITOS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO

Dellagnello e Silva (200) fazem referência a mais de um autor para apresentar diferentes formas de conceituar a análise de conteúdo:

Berelson (apud DELLAGNELLO; SILVA, p. 99) diz que:

> A análise de conteúdo é uma técnica com orientação quantitativa através da qual medidas padronizadas são aplicadas a unidades metricamente definidas e estas são usadas para caracterizar e comparar documentos, referindo-se portanto a uma técnica de pesquisa para descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto na comunicação, sendo que neste sentido a análise de conteúdo foi acentuadamente facilitada por sistemas computacionais (softwares).

Patton (apud DELLAGNELLO e SILVA, p. 99) define a análise de conteúdo como “um processo de identificação, codificação e categorização de dados primários em informações”. Já Bardin (apud DELLAGNELLO; SILVA, p. 100) enfatiza que:

> A análise de conteúdo é composta por um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter indicadores quantitativos ou não, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção das mensagens, ou seja, em uma situação, analisam-se as características de um texto (mensagem) sem referência às intenções do emissor ou os efeitos de uma mensagem sobre o receptor; em outras, busca-se analisar as causas e antecedentes de uma mensagem, procurando conhecer as suas condições de produção.

Dellagnello e Silva (2005) avalia o fato de que muito da pesquisa qualitativa envolve discussões sobre atitudes, valores, ideologias existentes em indivíduos e organizações torna a aplicabilidade de técnicas estatísticas extremamente limitada, senão questionada.

A autora cita que a análise de conteúdo trabalha sobre mensagens contidas em documentos, preocupando-se com o estudo da palavra, isto é, o aspecto individual e atual (em ato) da linguagem. Ela trabalha a prática da língua realizada por emissores identificáveis. A análise de conteúdo busca entender a linguagem em uso, da palavra. Já na análise documental, podemos encontrar informações explicitadas no texto, mas a análise de conteúdo busca entender a mensagem, o significado transmitido pela mensagem, àquilo que pode estar implícito.

Richardson (apud DELLAGNELLO; SILVA) exemplifica alguns possíveis usos práticos da análise de conteúdo: desmascaramento de ideologias subjacentes nos textos didáticos; diferenças culturais refletidas na literatura; reação das pessoas a programas de rádio e televisão; levantamento do repertório semântico ou da sintaxe de jornais ou revistas; detecção de intenções em um discurso político.

3.2 PESQUISA QUALITATIVA

O tipo de pesquisa escolhido foi de natureza qualitativa. O motivo da escolha está no fato de que ela proporciona uma melhor visão e compreensão do contexto do problema, apesar de que os resultados não são considerados como conclusivos ou utilizados para fazer generalização em relação à população-alvo (MALHOTRA, 2001, p 68):

> A pesquisa qualitativa é desestruturada e de natureza exploratória, baseada em amostras pequenas. Para esse trabalho, nos valemos de entrevistas em profundidade, montadas sobre um roteiro concernente com a obtenção de respostas para a elucidação do problema de pesquisa, ou seja, entrevistas individuais que sondam em detalhe os pensamentos dos entrevistados, conceituada da seguinte forma: Entrevista de profundidade é uma entrevista não-estruturada, direta, pessoal, em que o um único respondente é testado por um entrevistador, para descobrir motivações, crenças, atitudes e sensações subjacentes sobre um tópico. (MALHOTRA, 2001, P. 163). Tais entrevistas são realizadas uma a uma. A entrevista não-estruturada é composta por perguntas abertas que o entrevistado responde com suas próprias palavras. São conhecidas também como perguntas de respostas livres (MALHOTRA, 2001, P. 281). Os entrevistados têm liberdade de expressar quaisquer pontos de vista.

3.2.1 Roteiro de entrevistas

Segundo Breen e Blankenship (1991) o roteiro de entrevistas é um conjunto escrito de tópicos ou assuntos a serem abordados na entrevista, em geral na mesma ordem em que foram anotados, mas permitindo ao entrevistador usar suas próprias palavras ao fazer as perguntas.

O roteiro de entrevistas permite flexibilidade. A entrevista toda pode tomar um caminho inteiramente novo, mas benéfico. Qualquer formato fixo elimina com facilidade as oportunidades, quando o entrevistador procura manter a conversa “na linha”. A flexibilidade permite que a entrevista seja tão breve ou tão longa o quanto for necessário.

Neste trabalho foi seguida a orientação de armazenar as informações da entrevista podemos gravando-as. Gravar traz a vantagem de ser possível lembrar cada palavra que foi dita, mas tomar notas pode levar a uma perda de considerável parcela de informações.

A análise das fitas gravadas e a preparação do relatório final são os últimos passos do processo de entrevistas de grupos específicos. Na medida em que as fitas são analisadas, surgem importantes descobertas que para o relatório final tornar-se-ão consistentes na medida em que se usam citações obtidas das entrevistas (reuniões entre entrevistador e entrevistados).

Para as entrevistas desse trabalho foi seguido o roteiro seguinte:

1) Questionamento sobre qual a religião a pessoa está “oficialmente” ligada e as suas razões para estar nela. Como a encara atualmente?

2) Questionamento sobre os motivos que levaram a pessoa a se filiar a religião atual/instituição em que está?

3) As instituições religiosas têm se preocupado em dar atenção aos seus fiéis de maneira a reforçarem sua fidelidade?

4) Questionamento sobre a freqüência a mais de uma religião ao mesmo tempo, sob o foco da complementação das necessidades não atendidas por apenas uma instituição.

5) Que mudanças de valores pessoais mudam nas pessoas para elas mudarem sua postura frente a religião?

6) De que maneira o grau de instrução, idade, estilo de vida jogam na decisão das pessoas?

3.2.2 Amostragem

Foram escolhidos critérios para a definição da população-alvo, ou seja, a coleção de elementos que possuem a informação procurada pelo pesquisador e sobre os quais devem ser feitas inferências (MALHOTRA, 2001).

Como critério amostral, foram entrevistadas apenas pessoas que já tenham trocado de religião; que declaram não serem praticantes da religião declarada; que estão procurando uma nova religião; que freqüentam mais de uma religião ao mesmo tempo. Incluem-se na possibilidade amostral pessoas que se afastaram da religião e passaram a praticar uma filosofia de vida.

O tamanho da amostra foi dimensionado até o limite em que as respostas passaram a identificar uma tendência de repetição de informações.

A amostra foi obtida por conveniência, ou seja, para cada pessoa entrevistada era solicitada uma indicação de outra que tivesse características que se enquadrassem na população-alvo. A delimitação geográfica da pesquisa de campo considerou a cidade de Porto Alegre.

4 ANÁLISES DAS ENTREVISTAS

As entrevistas foram analisadas comparando os discursos e buscando a tendência dos mesmos para respostas semelhantes nos tópicos que interessam, principalmente, para responder o problema de pesquisa proposto, bem como os objetivos geral e específico.

No entanto, tentamos isolar o comportamento de mudança das pessoas da questão da religiosidade propriamente dita, a qual transcenderia para abordagens que incluiriam a antropologia como base de apoio interpretativa, mas não é proposição desse trabalho.

A partir do roteiro elaborado, foi analisado o primeiro questionamento, ou seja, sobre **qual a religião a pessoa está "oficialmente" ligada** e as suas razões para estar nela, e ainda como ela encara essa religião.

Na maioria dos casos, os entrevistados declaram estar oficialmente ligados a uma determinada religião. Foi possível identificar que a afiliação foi principalmente motivada pela influência dos pais, ou seja, o grupo de referência família demonstra ser o maior motivador para estarem na denominação declarada, inclusive sob a forma de imposição tradicional familiar, e com respeito a isso, as constatações de Schiffman et al (1997) que apontam para o fato de que parece ser bastante comum a fidelidade a um produto ou marca ser transferida de uma geração para outra, talvez por até três ou quatro gerações dentro da mesma família, tem associação a tais declarações. No entanto, nota-se que as pessoas que declaram terem sido influenciadas pela família têm pouca identificação com a religião, ou seja, a participação formal limita-se ao cumprimento de rituais institucionalizados (por exemplo: o casamento, crisma, etc...). Ainda pode-se notar que as pessoas declaram-se ser de determinada religião pelo fato de ter participado dos rituais, mesmo que no passado não muito próximo (referido em anos). Estas demonstram ser mais flexíveis e abertas a transitar por outras religiões. Tal situação é identificada em Antoniazzi (2003), que nos apresenta o fato de existirem critérios individuais de escolha que transcendem a prática oficial dos ritos religiosos. Identifica-se também, segundo o mesmo autor, o que chama de multipertença, ou a possibilidade de transitar por várias religiões ao mesmo

tempo. Tais pessoas fazem esse trânsito mesmo que apenas para conhecê-las, ou seja, parece não haver um comprometimento que caracterize uma fidelização exclusiva à religião oficial, por assim dizer.

Cosntata-se que nas declarações das pessoas que trocaram de religião e praticam a atual, elucidam uma tendência de essas pessoas terem uma ligação mais forte com a atual, ou seja, parecem ser mais praticantes da atual do que eram na anterior, pelo ponto de vista da vivência experiêncial (envolvimento). Aparentemente, a fidelização é maior e a religião é encarada como um importante transformador de suas vidas. Existe uma identificação entre a pessoa e a nova religião. Outra observação é que a escolha da nova religião é feita a partir de uma reflexão individual (forte característica do período pós-moderno, segundo a bibliografia consultada) e não mais predominantemente pela família. Há menção nestes casos ao grupo de referência amigos.

Analisam-se abaixo as declarações obtidas a partir do segundo questionamento, ou seja, sobre **os motivos que levaram a pessoa a se filiar na religião atual/instituição.**

Aparece neste tópico a forte tendência à declaração de que as pessoas fazem uma crítica sobre a religião na qual estavam, ou estão, mas não praticam. No entanto, essa crítica inicia-se da própria pessoa e parece surgir um afastamento natural da religião praticada. Os que não praticam a religião oficial estão abertos a novas alternativas religiosas, mas segundo Kotler (2002) a análise das alternativas é a terceira etapa no processo de decisão, o que indica que podem estar dentro do processo de busca de informações, o que kotler (2002) define como a segunda etapa do processo de decisão, e ainda podem estar dispostos a uma nova afiliação desde que devidamente convencidos. Esse convencimento deve estar de acordo com a maturidade alcançada pela pessoa (estágio da vida), pois a maturidade, traduzida por experiência de vida, é mencionada como fator de grande importância no processo de análise das alternativas. O mesmo vale para quem está afiliado na nova religião, mas estes já foram convencidos e passaram pelo mesmo processo que os não-praticantes estão passando. Ou seja, associar a maturidade com o processo de mudança de postura com relação à religião parece ser o mais prudente, mas mesmo essa

associação não pode descartar o fato de que a escolha da nova opção (trocar ou afastar ou desvincular) passa pela individualização da decisão.

A seguir, passamos para a análise do terceiro questionamento apresentado no roteiro; a **abordagem a respeito da forma que as instituições religiosas trabalham a questão da fidelização.**

Observa-se uma tendência de respostas nesse assunto que levam a seguinte análise:

Aparentemente, as religiões que contam apenas com um formato de comunicação meramente informativo apresentam menos sucesso na questão da fidelização do que as que investem na rede de relacionamento. Estas investem na formação de grupos de referência que desenvolvem certo carisma na comunidade. As pessoas que sofrem ações desses grupos tendem a sentir maior entusiasmo pela religião. Griffin (1998) nos reforça essa idéia ao dizer que "os funcionários da linha de frente, os que lidam diretamente com o público são a chave para o desenvolvimento da fidelidade, pois seu desempenho determina as opiniões dos clientes sobre a empresa". Fato que indica um trabalho de maior sucesso nas ações individuais que objetivam a participação da pessoa. Griffin (1998) confirma: "o estabelecimento da fidelidade exige que a empresa enfatize o valor de seus produtos e serviços e demonstre estar interessada em estabelecer um relacionamento com o cliente".

Já os que recebem apenas avisos nos eventos formais tendem a ser menos ativos na religião. Aparentemente, algumas religiões contam mais com a automotivação das pessoas para manterem sua lealdade e excluem-se do processo de relacionamento pessoal. Salvi e Giglio mencionam esse fato como um erro que as religiões estariam então incorrendo de não se preocupar em *fidelizar* seus adeptos (SALVI; GIGLIO, 2003). Essa característica está presente em uma tendência nas declarações dos que se afastaram de tais religiões, e se denominam não-praticantes da mesma, mas que se justificam pela critica feita à instituição em função da própria maturidade. Tais pessoas mencionam que a preocupação com o relacionamento pessoal entre a instituição e elas, objetivando a assiduidade, é muito fraca. Nota-se, portanto, que o reforço constante por parte

da igreja em reforçar a rede de pessoas que formará grupos de referência é fundamental no processo de fidelização.

A análise quanto à **freqüência em mais de uma religião ao mesmo a tempo**, que fez parte do quarto questionamento, está ligada às análises anteriores, uma vez que tal comportamento está ligado a fidelização e os motivos de troca ou afastamento da religião.

No entanto, cabe mencionar que o comportamento de freqüência em mais de uma religião passa a se enfraquecer na media em que a pessoa aumenta sua integração intelectual a uma das religiões que fazem parte das opções de multipertença, ou seja, o estudo mais acurado de uma doutrina por parte da pessoa, por motivação não claramente explicita (se é por estudos exclusivamente próprios ou numa orientação coletiva ou ambos) reflete uma maior identificação com a mesma. Nota-se que existe um processo de pesquisa desencadeado por ansiedades pessoais aliadas a um impulso dado pelo senso crítico do indivíduo. As etapas de afastamento e filiação parecem fazer parte de um processo dinâmico associado à maturidade das pessoas.

Já para a avaliação dos valores pessoais como parte integrante desse processo, presente na quinta etapa do roteiro, os entrevistados tendem a responder que a maturidade é o fator modificador dos valores, mas não se obteve diretamente respostas nesta questão. No entanto, depreende-se que o fato de a decisão passar a ser mais individual do que familiar, a própria instituição família está imersa nessa análise, pois o principal motivo de freqüência na religião anterior era a convergência familiar, mas agora ela deixa de ser, dando lugar para o convencimento pessoal.

A última parte do roteiro apresenta a discussão sobre os fatores idade, grau de instrução e estilo de vida como elementos que jogam nesse processo de decisão.

A tendência das respostas é de usar palavra “maturidade” com objetivo de englobar as outras três.

Com relação à idade, existe tendência em afirmar que ela influencia quando a pessoa é mais jovem, e está mais exposta ao grupo de referência normativa da família. Na medida em que a independência pessoal aumenta, o

contato com outros marcos referenciais passa a patrocinar experiências próprias, as quais vão desenvolvendo a maturidade pessoal. As respostas mostram uma separação entre o período em que a freqüência na religião dá-se pela influência familiar e a decisão é concernente com esse grupo, e outro período no qual a pessoa passa a ter um senso crítico próprio, que servirá de apoio para tomada de decisão.

O grau de instrução e o estilo de vida não são mencionados como elementos ou fatores importantes na decisão, mas sim como integrantes da construção da maturidade, e essa sim aglutina todos os três (idade, grau de instrução e estilo de vida).

5 CONCLUSÃO

Antes de iniciarmos a escrever a conclusão, devemos rever alguns aspectos básicos (BREEN; BLANKENSHIP, 1991), quais sejam, rever o problema e como ele foi formulado: quais eram as questões principais e se os fatos reunidos parecem satisfaze-las; uma vez que os fatos sejam conhecidos, o que eles significam, ou ainda, deve-se identificar clareza nas suas interpretações.

O problema de pesquisa apresentado tem sua avaliação feita nesta última parte, à luz da análise feita a partir das entrevistas de campo, bem como o objetivo principal e os específicos.

No que se refere ao objetivo específico: "Identificar quais as mudanças de valores pessoais que participam da decisão" foi possível alcançá-lo parcialmente, pois essa consideração está imersa em um processo dinâmico de mudança, que pelos resultados parece ser pouco analisado pelas pessoas, mas fortemente percebido. Tal fato pode estar relacionado à sociedade que está em constante mudança e a busca individual de uma identificação pessoal de si mesma em um ambiente de constante transformação social, que podemos considerar como sendo o período pós-moderno (conforme a bibliografia) onde a ciência passa a dar lugar a impressões subjetivas e pessoais e a análise dessas impressões dá lugar para a vivência das mesmas, como sendo um processo suficiente e necessário para o individuo construir sua maturidade. Nota-se, portanto, que as pessoas percebem uma forte mudança de valores, mas não os enumeram, apesar de estar implícito que a mudança parte em primeiro lugar, na maioria dos casos, com a diminuição da influência do grupo de referência **familiar**.

No que se refere ao objetivo específico: "Identificar o perfil das pessoas que possam ter maior tendência a tomar a decisão" constatou-se que independe da classe social, idade, grau de instrução. Foi identificado que os participantes da amostra das entrevistas, na maioria, conviveram em famílias que cultuavam no passado o tradicionalismo religioso e acompanhavam o grupo de referência familiar na freqüência á religião, tendem a fazer um movimento de afastamento e troca espontaneamente. No entanto, não há evidências claras que indiquem uma

resposta negativa de retorno à religião anterior caso a instituição se proponha a recuperá-las através de uma reaproximação via relacionamento pessoal.

Não foi percebido um perfil claro quanto à renda, idade, estilo de vida, gênero ou qualquer outro tipo de segmentação que influencie nas decisões tratadas nesse estudo, uma vez que não aprece nos discursos de forma predominante.

Quanto ao objetivo geral, que trata de Identificar e compreender as razões que levam as pessoas a tomar suas decisões para troca de religião, abandono da prática da mesma, freqüência a mais de uma religião ao mesmo tempo ou ainda de desfiliação de tais instituições, foi possível depreender, a partir da análise das entrevistas as seguintes considerações:

A razão predominante está ligada a uma insatisfação para com a religião. Tal insatisfação parece surgir de um processo individual de maturidade, ou seja, o indivíduo que está em um processo de mudança das suas expectativas não tem mais como comportar em sua vida os sistemas estáticos e tradicionais, formatados através de um processo claramente hierarquizado da religião tradicional. Parece que aqui identificamos uma reação ao que Crespi (1999, p.52) denomina como uma “tendência da religião institucional em instrumentalizar os indivíduos, que induz ao sacrifício da própria individualidade particular, para demonstrar o propósito de antepor os interesses da instituição aos interesses pessoais”.

Soma-se a isso, o afastamento das idéias de concordância com a tradição familiar de freqüentar a religião escolhida imposta por eles na ocasião em que tinham forte vinculo de dependência. A escolha dos pais, em contrapartida a escolha individual, não parece ter efeito de convencimento pessoal nessas pessoas, e por ser fraco o vínculo do indivíduo, mais cedo ou mais tarde (segundo declarações que explicitam que isso pode ocorrer em qualquer período da vida) ela irá se questionar criticamente sobre a religião em que está inserida. Não significa que ela necessariamente iniciará o processo de mudança e afastamento abordado neste trabalho, mas a tendência indica que ela deverá passar por uma escolha mais particularizada.

Ao compararmos com o que Sciffman e Kanuk (1997, p.313) apresentam seguir:

> [...] muito pouca pesquisa de consumo tem se dedicado a examinar como a afiliação e o compromisso religiosos influenciam as preferências de consumo e o significado de se ter bens. Uma corrente de pesquisa que examinou as atividades de lazer dos indivíduos de diferentes formações religiosas, descobriu diversas distinções diferentes: os consumidores católicos e protestantes tinham uma orientação mais forte para atividades solitárias [...].

Vemos que o comportamento de decisão particularizada ao individuo estudado neste trabalho, de alguma foram parece também ter tendência em estar presente nas preferências de lazer, logo, não estamos tratando de uma constatação isolada, mas que alcança um comparativo com outros comportamentos de escolha, no caso acima, o formato da atividade de lazer solitária. Note-se que uma das limitações desse trabalho é a de que os entrevistados, de alguma maneira pertencem a religiões semelhantes, ou seja, com doutrina cristã.

Uma vez iniciado o processo, a pessoa passa a dispor-se em conhecer novas opções religiosas ou filosofias para seguir. Não apareceu nas entrevistas nenhum caso no qual o entrevistado tenha se isolado completamente e fechado todas as possibilidades de retorno ou nova afiliação.

No que diz respeito ao **problema de pesquisa**: “quais motivações, valores e critérios estariam sendo utilizados para as pessoas trocarem, afastarem-se e desvincularem-se de suas religiões?” podemos identificar:

O afastamento da família com tradição religiosa, enquanto grupo de referência; a possibilidade de exercer a escolha individual em função do afastamento do grupo normativo da família; o vínculo enfraquecido com a religião oficialmente declarada em função do afastamento das práticas; baixo relacionamento entre a religião e o fiel; o estudo de novas doutrinas a partir do senso crítico do indivíduo; a o estudo de novas doutrinas por conter princípios estáticos que não podem mais ser comportados por pessoas inseridas em um processo dinâmico de transformação pessoal. Todos esses elementos formam um possível elenco, depreendido a partir das entrevistas, como motivadores.

Já os valores e critérios relacionam-se com a maturidade, que resume todo um significado de transformações que ocorrem nas pessoas em função da idade, estilo de vida, grau de instrução e o processo de individualização das decisões. Os valores familiares estão imersos nessa análise, mas não foi possível obter um elenco de quais estão propriamente resumidos na palavra “maturidade” e que jogam um papel importante na decisão. A mudança é percebida (dos valores), mas ela não é analisada racionalmente pelos indivíduos, mas sim de forma experimental e subjetiva.

Algumas observações podem ainda ser feitas com relação às análises.

Ao fazermos uma verificação no discurso dos entrevistados, podemos notar que a freqüência espontânea muito pequena das palavras: “Jesus Cristo”, “cristão”, “cristã” e “evangelho”, sendo que “Jesus Cristo” só aparece em uma entrevista; de uma pessoa afiliada a uma denominação da Igreja Evangélica, mas este menciona também a palavra “cristão” e “evangelho”. A palavra “cristã” aparece também em outra entrevista, que também está no contexto de um fiel da Igreja Evangélica, mas de outra denominação. Finalmente, também se constata uma freqüência mínima (também em apenas uma entrevista) da palavra “evangelho”. O autor esperava, por ter o assunto *religião* como pano de fundo deste trabalho, e os entrevistados estarem ligados a religiões cristãs, uma maior freqüência de tais palavras.

Talvez isso possa significar que, para as pessoas, o sentimento de pertença a uma religião tenha maior importância do que, no caso das igrejas cristãs, cultuarem o seu principal ícone, Jesus Cristo. O mesmo vale para os demais (santos e entidades). No entanto, a religião dos entrevistados evangélicos talvez explore mais os ícones principais das religiões cristãs de forma diferenciada e atrativa, com intuito de promover maior legitimidade de seus dogmas, e aqui podemos ter um problema de pesquisa no sentido de identificar se existe relação entre a maneira como são vistos os ícones das religiões cristãs, e a lealdade para com a religião declarada como oficial.

Temos, no entanto, que salientar que pode ter ocorrido alguma imprecisão nas análises das entrevistas, uma vez que o autor não é especialista na área de análise de discursos, mas em contrapartida pôde contar pode contar com suas

experiências anteriores, uma vez que possui experiência pessoal a partir da vivência de ter trocado de religião, afastar-se e desvincular-se da mesma. Já nas entrevistas, pode ter ocorrido interferência do entrevistador, que foi o próprio autor, também inexperiente nesta prática, mas com conhecimento acadêmico básico do assunto.

Relembramos que as amostras dos entrevistados foi por conveniência, e culminou por contemplar somente pessoas com ligações á fé cristã, logo nada se pode afirmar se as amostras tivessem comportado outros grupos, tais como judeus, muçulmanos, budistas, etc.

As questões que foram abordadas nesse trabalho têm importância, na medida em que o comportamento religioso, ou a religiosidade, está ligado ao homem desde os mais remotos tempos. Entender o comportamento de fidelização religiosa pode servir como referência para um estudo mais aprofundado de fidelização dos consumidores de produtos e serviços.

Um paralelo pode ser feito, por exemplo, com os rituais das igrejas e os rituais que fazemos todos os dias.

Executamos o ritual do almoço, de usar nosso automóvel, etc..., mas não nos damos em conta que facilmente trocamos as marcas do restaurante, do automóvel e de outros serviços e bens.

Assim como foi observado nos entrevistados que tendem a integrar-se intelectualmente com uma das religiões que está dentro das opções escolhidas para freqüentar (na situação em que estão freqüentando várias ao mesmo tempo), e nesta parece haver um processo de maior freqüência do que nas demais, talvez possa haver alguma relação de integração intelectual do consumidor com um automóvel, por exemplo, ou seja, se o consumidor estiver motivado a conhecer mais o seu veículo pelo ponto de vista técnico e científico, isso poderia aumentar a sua fidelidade da marca?

Finalmente, consideramos que foi possível nos valer do referencial teórico do marketing, em particular do comportamento do consumidor, para melhor compreender como é o processo de decisão das pessoas o objeto é a religião.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Cláudio Boeira de. **O marketing da fé**: a tática e a estratégia das Igrejas. 1998. Monografia (Graduação em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

ANTONIAZZI, P. Alberto. As religiões no Brasil segundo o Censo de 2000. **Revista de Estudos da Religião,** n. 2, 2003. Disponível em: http//:www.pucsp.br/rever/rv2_2003/p_antoni.pdf. Acesso em: 2 jul. 2006.

BERGER, Peter L.; **The sacred canopy**: elements of a sociological theory of religion. New York: Anchor Books, 1969.

BIRCK, Bruno Odélio, Fenômeno religioso na pós-modernidade. **Cadernos da FAFIMC**, Viamão, n. 17, p. 77-83, jan./jun. 1997.

BREEN, George Edward; BLANKENSHIP, Albert B. **Faça você mesmo pesquisa de Mercado**. São Paulo: Makron, McGraw-Hill, 1991.

CERIS. Centro de Estatística Religiosa e Investigações Sociais. **Religião**. Disponível em: http://www2.ceris.org.br. Acesso em: 10 jul. 2006.

CHURCHILL JR., G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para os clientes. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

CRESPI, Franco. **A experiência religiosa na pós-modernidade**. Bauru: Universidade do Sagrado Coração, 1999.

DELLAGNELLO, Helena Livramento; SILVA, Rosimeri Carvalho. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

FERNANDES, Daniel Von der Heyde, SANTOS, Cristiane Pizzutti dos. As conseqüências da insatisfação dos clientes. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD. 30., Salvador. **Anais…** Salvador: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

FREITAS, Décio. Conjuntura pós-moderna. **Cadernos da FAFIMC**, Viamão, n. 17, p. 9-16, jan./jun. 1997.

GRIFFIN, J. **Como conquistar e manter o cliente fiel: transforme seus clientes em verdadeiros parceiros**. São Paulo: Futura, 1998.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas do Século XX.** Rio de Janeiro: IBGE, 2003.

KOTLER, Philip; HAYES, Tomas; BLOOM, Paul N. **Marketing de serviços para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros**. 2. ed. São Paulo: Manoele, 2002.

MALHOTRA, Naresh. OLIVEIRA, **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

OLIVEIRA, A Ribeiro de. **Religião e dominação de classe**: gênese, estrutura e função do catolicismo romanizado no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1985.

PARTIDA, Ponto de. Aprendendo a atender com os nossos avós. **Você S.A**, São Paulo, ed. 21, p. 13-14, mar. 2000.

SALVI, Rodrigo de; GIGLIO, Ernesto M. A aplicação dos modelos de comportamento de consumo dos consumidores aos católicos Praticantes. **Revista da ESPM**, São Paulo, p. 58-71, jul./ago. 2003.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor.** Rio de Janeiro: LTC, 1997.

VITTEL, Scott J.; JOSEPH, G. P. Paolillo; JATINDER, J. Singh. Religiosity and consumer ethics. **Journal of Business Ethics**, [S.l.], n. 57, p. 175-181, 2005.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito capitalista**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1967.

WILGES, Irineu Silvio. **Cultura Religiosa: as religiões no mundo**. Petrópolis: Vozes, 1985.

ANEXOS

ANEXO A - ENTREVISTA Nº. 1, EM 28/10/2006

P. “A idéia é só saber o que tu achas [...] tu és uma pessoa que já trocou de religião? Tu tens uma religião definida? Iniciando, tu já trocou de religião alguma vez?

R. “Nunca!’

P. “Nunca [...] hoje tu freqüenta a religião que tu iniciou?”

R. “Não freqüento, não sou praticante”

P. “E porque tu não és praticante?”

R. “Porque eu fiz um estudo comparado entre diversas religiões e filosofias, e decidi deixar de seguir uma religião para seguir uma filosofia de vida, e esta filosofia de vida que eu sigo não [...], digo, substitui as práticas, vamos dizer, ritualísticas religiosas que eu teria dentro da religião na qual fui batizado anteriormente.”

P. “De uma forma geral, tu consegues imaginar porque as pessoas trocam de religião?”

R. “Pelos motivos mais variados, mas basicamente as pessoas vêem, acredito - não é meu caso - mas elas vêem como algo mágico em razão dos seus problemas, e elas perdem a [...], eu não troquei de religião, então não posso falar porque elas trocam de religião, mas acredito que aquelas que trocam seja algo do tipo [...] perdem a magia, perde o efeito mágico.”

ANEXO B - ENTREVISTA Nº. 2, EM 10/11/2006

P. "Eu tinha te adiantado que nós faríamos aqui uma entrevista sobre 'o por quê' as pessoas mudam as suas opções religiosas, ou porque elas deixam de freqüentar as suas religiões ou ainda se as instituições religiosas estão se preocupando com as pessoas para elas se manterem. Então, de uma forma geral, eu gostaria que tu dissertasse um pouco sobre: qual é a religião que tu estás hoje oficialmente ligado? E por que tu estás nessa religião?"

R. "Bom, hoje, oficialmente eu sou espírita, e eu era católico, só que era um católico não-praticante. Nunca freqüentei, apesar de ser crismado, catequizado e outros 'ados' todos que tem né [...] só que ela nunca me chamou atenção, acho que talvez pela [...] forma que a doutrina católica é 'semi-imposta', mas na verdade é imposta. Eu sou de uma cidade pequena, e lá o padre tinha muito poder na comunidade, e eu [...] nunca me chamou a atenção nada daquilo, mas, eu era um cara extremamente voltado à ciência, Antigamente achava que isso eram coisas totalmente opostas, o que era ciência era ciência e o que era religião era religião, e o que a religião dizia, apesar de ser católico, eu não acreditava em nada, nem na existência de Deus. Aí [...], por que estou hoje no Espiritismo? Aconteceu um fato na minha vida que eu não soube explicar, e a partir daquele momento eu [...] como eu era muito voltado à ciência, eu comecei a pensar que talvez a gente não esteja num nível de evolução científica que possa provar certas coisas que existem [...], que nem todo mundo consegue visualizar. A gente não têm provas palpáveis porque a ciência não tem mecanismos de medição hoje pra isso. Ciência é medição né [...] é metodologia, e nada mais do que isso. É experimentação. E passei por várias religiões, vamos dizer assim, eu comecei uma busca, então eu fui desde terreiro de macumba, umbanda, fui até em pai de santo, na Bahia, fui na fonte né [...] (risos). Eu tinha um amigo baiano, e a gente acabou viajando pra lá e eu [...], joguei búzios, cartas, numerologia, e acabei me identificando com o espiritismo pela doutrina. É o que mais me explicou o evento que eu tinha passado."

P. "Certo [...] Como é que tu encara hoje a tua religião?"

R. "Com eu sou relativamente novo nisso, tem dois anos e meio a três, tem uma participação cada vez maior na minha vida, porque o espiritismo te leva a um estudo:ao estudo de uma doutrina baseada em vários escritos diferentes e cada vez que tu vai lendo, tu vai aprofundando teu conhecimento, e isso vai se agregando a tua forma de se comportar."

P. "A religião então tem te agregado [...]? O espiritismo, ele tem te agregado [...] ham [...] informações úteis?"

R. "Exatamente, ele agrega informações que te levam a começar 'um depois', nas conseqüências daquilo que tu faz hoje, tanto pro bem quanto pro mal."

P. "No período que tu estavas na Igreja católica ou nesses outros períodos nessas outras religiões que tu freqüentavas, tu consegue hoje dizer se existia uma preocupação da própria instituição de comunicar-se mais com os fiéis, manter a fidelidade, fazer com que eles se aproximassem da religião?"

R. "Eu até penso que sim, mas eu encaro hoje [...] toda fé é válida, não importa qual seja a religião, desde que ela faça bem para a pessoa, não importa no que tu acredita, pode ser budismo, umbanda, candomblé, o que for, na minha opinião não interessa. Se ela te trouxer algo de bom, a tua fé é que interessa. A religião católica, eu considero ela como uma instituição política, devido a longa história que ela tem e até acho que eles se preocuparam com isso, só que, como ela é extremamente hierarquizada, é muito mais difícil tu mexer na forma como isso é passado a quem [...] aos fiéis, digamos assim, então, até tem essa preocupação, de alguma ala da igreja católica mas não sei se na direção correta, se eles não estão perdendo o foco deles [...] se eles tão buscando coisas que deram certo em outras religiões pra manter os fiéis. Então acho que até existem iniciativas, mas nada que seja sistematizado por 'Roma'. Roma quer manter o mesmo padrão."

P. “Tu freqüenta mais de uma religião ao mesmo tempo ou tu faz visitas em filosofias ou religiões diferentes da tua ou tu só freqüenta a tua?”

R. “Atualmente, instituição eu só freqüento a espírita, mas não [...], até freqüentaria outras. Não tô freqüentando hoje outras por falta de tempo, se eu fosse convidado eu iria, sem problema nenhum.”

P. “A gente sabe que existe uma mudança nos costumes, nos valores das pessoas, na medida que o tempo tem passado, a modernidade, a tecnologia [...], enfim, quais são os valores que tu achas que se alteram na pessoa, ou como uma pessoa encara os valores que estão se alterando, ou se eles realmente se alteram por si mesmos, para elas tomarem a decisão de mudar de religião ou mudar a maneira como elas vêem a religião. Como tu achas que esses valores estão ‘jogando’? Tu acreditas que estão ocorrendo mudanças pessoais e essas mudanças pessoais estão fazendo com que as pessoas mudem a sua visão em relação a religião?”

R. “É, acho que [...], pelos outros eu não posso falar, mas por mim eu acho que a experiência, o tempo [...] ele vai [...] quanto mais tu vai agregando conhecimento de todas as formas, e não precisa ser específico sobre religião, mas quanto mais tu vai vivendo dentro da história, as coisas que acontecem no país na ciência como um todo né, isso vai te dando ferramentas e conhecimento para começar a se questionar sobre as coisas que tu acreditas, porque na verdade a gente evolui numa linha ascendente, digamos assim, de conhecimento, e isso vai evoluindo [...] quanto mais conhecimento tu vai tendo e se a gente pudesse pontuar, tua linha de valores muda com o tempo, talvez tu agregue e retire alguns, pois valor não quer dizer que sejam bons ou ruins, no meu entendimento de conceito de valor [...] o conceito de valor é diferente para cada pessoa, [...] a fidelidade pode ser diferente para cada pessoa [...] o valor em si é questionável de uma pessoa para outra e ele evolui com o tempo, com a tua experiência pessoal, acho que não tem outra coisa que vá te fazer mudar [...] alguma diferença, algum fato que ocorreu uma coisa que tu leu, algo do tipo vai te fazer mudar de valor ou não.”

P. “Só um último questionamento: de que maneira tu achas que o grau de instrução, a idade, o estilo de vida, jogam na decisão das pessoas quando elas optam para entrar numa denominação religiosa, ou para trocar ou simplesmente para se afastar dessa denominação religiosa [...]?”

R. “A forma de instrução é a instrução formal que estas dizendo?”

P. “Sim, escolaridade [...]”

R. “eu acho que a instrução formal pode ser um fator pra algumas pessoas, mas eu não acho que seja preponderante, eu acho que o conhecimento que eu me referiria não seria de instrução, mas sim de vivências [...] experiência aliada com alguma instrução [...] Talvez com um grau de instrução muito baixo a pessoa seja mais facilmente manipuladas, mas ai tu joga instrução formal com vivências, é uma coisa que está interligada. Essas pessoas, eu vejo, que trocam mais facilmente de religião [...] as que tem baixíssima renda, não baixíssima renda , mas assim ó [...] é difícil falar de grau de instrução sem estar aliado a vivência pessoal. Pode ser que tenha grau de instrução baixo, mas o cara é esperto! Não se engana fácil essa pessoa, apesar de ela não ter instrução formal ela tem lógica. Então é difícil afirmar. Idade! Talvez a idade, quanto tu és muito novo tu entra na religião porque os teus pais são [...] os teus amigos são [...] não por uma opção pessoal. Talvez tu fiques naquela religião o resto da vida porque ninguém te disse, e tu nem chegues ao ponto de te questionar se aquilo ali que tu ta acreditando é por uma decisão tua ou pela tua socialização, porque tu foi socializado daquela maneira e tu continua vivendo daquela maneira porque ta dentro do teu grupo, então tu segue porque o grupo segue aquilo ali, mas não foi a tua decisão. Estilo de vida! Tô pensando no que vejo lá no centro espírita. Tu vê todo tipo de gente, então [...] rico, pobre, surfista, administrador, engenheiro. O estilo de vida? Não vejo algo que leve mais a fazer diferença na decisão.”

P. “Bom (nome da pessoa), qual é a tua idade?”

R. “26 anos.”

P. “E qual é o teu grau de instrução?”

R. “Superior incompleto.”

P. “Obrigado [...]”

ANEXO C - ENTREVISTA Nº. 3, EM 10/11/2006

P. "Bom (nome da pessoa), o objetivo dessa entrevista é [...] como tu te encaixas dentro desse contexto. Então a primeira coisa que eu gostaria de colocar é: qual a religião que tu estás oficialmente ligada e qual a razão por tu estares nela?"

R. "Oficialmente é a católica. Eu tô ligada lá porque eu fui batizada quando eu era pequena. Toda minha família é católica. Então eu acho que foi desde o inicio. Meus avós eram católicos, meus bisavós eram católicos e assim foi passando porque eu nem tenho vontade de simplesmente mudar oficialmente. Meus pais já não são tão católicos quanto meus avós, com certeza. Já acreditam em outras coisas, já tem outras visões, não somente a católica que é uma coisa mais restrita, acredito."

P. "Como é que tu encara ela atualmente? Tu encara ela como apenas uma designação? Faz alguma diferença para ti ser católica ou não ser? Qual é a visão que tu tem sobre essa religião que tu tens sobre essa religião que estás oficialmente ligada?"

R. "Tenho uma visão romântica, eu acho, da Igreja católica que me agrada, que é aquela coisa da tradição do casamento. Isso talvez é uma coisa que me prenda mais na Igreja católica. Eu gostaria de casar na igreja, são os nossos planos casar na Igreja direitinho, mas eu acho que é mais uma coisa simples assim: porque acha bonito, porque acha romântico, porque acha legal."

P. "Tu és noiva?"

R. "Sou noiva. A família gostaria muito, e não só pela família, mas porque eu também gostaria de casar na Igreja. Acho que talvez esse seja o elo mais forte que eu tenha com a Igreja católica, e por ser um costume. Aquela coisa de batizar [...] quando eu tiver minha filha também quero batizar, e como eu disse, é uma coisa que já veio (pela família), não é uma coisa que me atrapalhe e eu acho interessante isso, quando na verdade muitas coisas oficiais, se tu não é católico muda, e não sei como é que funciona também [...] seria essa a importância da Igreja católica para mim, essas coisas de tradição que se costuma fazer."

P. "A religião que tu estás ligada então hoje é a religião católica?"

R. "Oficialmente é."

P. "Certo, tu acreditas que a religião que tu estás ligada procura te manter dentro da Igreja? Ou seja, eles procuram fazer contatos, eles tentam reforçar a tua fidelidade de alguma maneira?"

R. "Não especificamente a minha, eles não vem atrás. Mas eu acho que de uma maneira ou de outra eles tentam manter os católicos lá. Os mais 'crentes', digamos assim, vão muito na igreja, não crentes no sentido ruim da palavra como muitos dizem, mas no sentido dos mais fiéis. Acho que através deles, eles tentam manter o restante dos católicos sempre juntos, com os sermões que eles dão, com o que eles falam, e eu acho que agora eles estão tentando mais do que antes, pois a gente pode ver que eles estão mudando o estilo de missa [...] tudo para manter as pessoas na igreja católica, porque eles viram que era tão chato e tão ruim antes que as pessoas começaram a ir para outras religiões, eu acho que isso preocupou muito eles, não especificamente uma pessoa que eles vão lá correr atrás, mas eu acho que eles tentam de uma certa forma manter [...] tentando fazer umas coisas mais interessantes que os jovens gostam mais [...] grupos de jovens [...] que conseguiu manter os jovens mais na Igreja para que seguissem essa religião, porque eu acho que se não fizessem nada ia acabar a religião sem fiéis."

P. "Tu freqüentas alguma outra religião diferente? Se tu fores convidada tu vai a outra religião?".

R. "Se eu for convidada eu vou sem problema algum, eu só não gosto de fanatismo, só não me convida para ir a um lugar onde tenha um fanatismo [...] provavelmente eu vá por educação, mas eu não vou gostar de estar lá [...] nenhum tipo de fanatismo eu gosto."

P. “Tu freqüentas alguma religião diferente da oficial hoje?”.

R. “A gente freqüenta a ‘Casa da Luz’, seria ligada ao espiritismo, na verdade, não é só o espiritismo, também eles trabalham outras ciências que seriam os chacras, energia [...] é tudo junto. É que foi um local em que eu me senti bem. Eu já tinha freqüentado outras espíritas e não tinha me sentido tão a vontade quanto nesta, porque é um local que te faz sentir bem, eu acho.”

P. “Bom, eu vou falar agora um pouco sobre valores das pessoas: que valores pessoais tu acredita que se alteram nas pessoas ou em ti, para elas modificarem a postura que elas tem frente a religião?”

R. “Eu acho que no decorrer da vida a gente vai passando por situações que fazem a gente tomar um rumo ou outro, não que sejam só dois, existem vários, eu digo no sentido de tu achar que é mais importante tu fazer as coisas corretas agora, não porque tu não vai ter um lugar no céu um dia como alguns dizem, mas eu respeito, não é o que eu acredito, cada um tem as suas crenças. Eu acho que a gente vai construindo esses valores no decorrer das situações que a gente vai passando na vida. O que mudou em mim foi que na verdade antes eu não era uma católica fiel. Eu fiz a primeira comunhão porque tinha que fazer. Os meus pais me levaram porque todo mundo fez então vai fazer também. Eu fiz, mas no momento que eu comecei a tomar as minhas decisões em acreditar mais nisso, eu comecei a ler mais, eu acho que o que mudou em mim foi que eu passei a acreditar que na verdade não é aquela coisa ‘me prova que ta certo que eu acredito’, mas ‘me prova que ta errado, que eu não acredito’. Eu acho que é complicado falar sobre que valores especificamente isso mudou em mim ou que pode mudar nas pessoas. Eu acho que isso vai pelo que tu sente, ou pela vida. É nisso que eu acredito: que não acaba por aqui, não é uma [...] tu precisa agir corretamente mas porque tu queira agir corretamente. Não adianta tu agir corretamente sem tu sentir isso. Mesma coisa que nada, porque acho que na verdade a gente sabe o que a gente é e é assim que vai receber o troco ou não, e não pelo que parece que é.”

P. “Bom, para encerrar, eu gostaria de saber de que maneira o grau de escolaridade, a idade e o estilo de vida jogam nessa decisão das pessoas, ou seja, a decisão de participar ou não da religião.

R. “Acho que o grau da escolaridade é uma coisa bem importante. Porque a gente pode ver que a maioria das pessoas das religiões que costumam ser muito fanáticas, acabam pegando pessoal que não tem uma boa escolaridade, porque eu acho que é mais fácil se aproximar de pessoas que não estão passando por bons momentos, que ta em dificuldade e tu apresentar uma solução que é milagrosa [...] porque a parte psicológica ta tão afetada que elas não conseguem olhar [...] e tem um tipo de gente que sabe trabalhar muito bem com a persuasão e fazer com que essas pessoas tomem o caminho que elas querem. As pessoas que estão pior tem menor grau de escolaridade. Quanto ao estilo de vida eu acho que pode influenciar pelo meio que tu vives. Eu conheço pessoas que mudaram de religião não porque elas querem mas porque elas estão no meio de pessoas que acreditam naquilo ali, e então para não ficar fora, elas acabam indo e acabam se convencendo que aquilo ali é bom [...] e da mesma forma pessoas que costuma dizer ’há, eu sou cética’ [...] tudo bem, tem gente que é cético porque é, e tem gente que é cético porque ta no meio de pessoas iguais e ela não quer ir contra. A idade também acho que influencia. Se tu tem uma família que é muito fiel desde pequena, é muito difícil tu mudar depois de religião. Muitas vezes as pessoas quando estão mais velhas e abandonadas acabam procurando alguma coisa para se segurar, para ter uma base que não tem em casa. Muitas senhoras vão a Igreja todo domingo ou todos os dias porque não tem mais nada para fazer e se sentem sozinhas!”

P. “Bom, eu quero te agradecer [...]”

ANEXO D - ENTREVISTA Nº. 4, EM 10/11/2006

P. "[...] gostaria que tu falasses o que pensas sobre esse assunto. Vou começar então questionando o seguinte: qual é então a religião que tu estarias oficialmente ligado hoje? Qual é a tua religião?

R. "[...] exatamente religião [...] posso dizer o que é uma religião o Evangelho de Jesus Cristo não se encaixa nas religiões – religiosidade - então eu acredito no Evangelho de Jesus Cristo [...] então, no caso eu sou cristão, nem crente sou, pois no caso crente vem de crer, pode crer em qualquer coisa [...] Então, cristão do Evangelho de Jesus Cristo."

P. "Certo [...] Como tu encaras então essa [...] se não é uma religião, tu definirias como uma filosofia, como um estilo de vida. Como tu definirias então? Hoje tu não tens uma religião, mas tu tens o evangelho que tu segues [...] na verdade é isso?"

R. "Sim, isso."

P. "Então, tu estás ligado a alguma instituição religiosa onde tens encontros com pessoas, participas de alguma Igreja [...]?"

R. "Eu congrego na Igreja Evangélica Bola de Neve, que é [...] igrejas Evangélicas são várias né [...] várias denominações, não vou citar nomes, mas a que eu congrego é a Bola de Neve. É uma igreja jovem, onde atrai bastante a juventude porque prega o evangelho como está na Bíblia [...] Prega Cristo, somente Cristo, então, outras religiões, entre aspas né, não tem como tu teres um seguimento porque há um único caminho, o que as outras religiões te passam é que existem outros caminhos, mas outros caminhos não te levam, ou te levam a Deus, ou te levam [...] tu deves saber o que é [...]."

P. "Bom, quais são os motivos, que tu possas te lembrar, que tenham te levado a filiar, porque na verdade deu para entender que vocês tem alguns encontros com pessoas que estão coesas a essa idéia, de Jesus Cristo. Deixou um registro nos evangelhos e vocês procuram seguir esse evangelho, então vocês estão todos juntos num grupo, então necessariamente numa associação de pessoas. O que te levou a entrar para essa Igreja Bola de Neve?"

R. "A diferença do crente religioso [...] ele cuida muito as vestes, cuida muito o teu 'exterior', e Jesus nunca vê o exterior, ele não vê a forma como tu te vestes, como tu te arrumas, qual a tua forma de viver. Jesus vê o teu coração, tuas atitudes, tua bondade, tua carência, teu respeito, com teu pai, tua mão e em geral com as pessoas [...] tu ser humilde, tranqüilo, e não botar um terninho e uma gravata, botar a Bíblia debaixo do braço e 'eu sou crente', crente tradicionalista, que hoje eles vivem como se fosse a época de Jesus Cristo [...] não adianta, hoje Jesus Cristo é a modernidade, ele é atualizado, o evangelho moderno, [...] meus pais me batizaram na Igreja Católica quando eu nasci, [...] Então, isso foi mudança, aceitação de tu poder buscar a inteligência do mundo [...] ficar atualizado ao mundo e atualizado ao mundo de Deus, porque não adianta tu buscar a Deus e se bitolar a Deus, aí vem uma pessoa do mundo conversar contigo e tu só sabe de Deus. Aí esse cara vai conversar contigo e pô, esse cara só sabe de Deus, ele não sabe mais nada! Então, a sabedoria mundana pode se sobressair com a sabedoria de Deus, então tem que ta atualizado, as coisas do mundo e as coisas de Deus [...] porque isso aqui é só carne, e se tu não alimentar o teu espírito? Tenta dar um pouco mais de tempo para o teu espírito [...] acorda de manhã, vai dormir, busca a Deus [...] E não se deixar afetar pelas coisas do mundo. O mundo que eu digo é prostituição, drogas, guerras. Então é isso aí [...]".

P. “Então tu tiveste um período que tu foi católico e então tu descobriu que tu precisava de alguma coisa um pouco mais importante, começou a te dar em conta que aquela religião que tu tava não era [...], não atendia expectativas [...] tu começou a descobrir que talvez não fosse uma ‘palavra’ tão verdadeira que era pregada lá e tu ao te associares com essas pessoas tu começou a te dar em conta que tu deverias estudar mais o evangelho, então tu teve uma mudança de uma religião para outra justamente em função de que tu poderia estar menos espiritualizado lá do que tu estás hoje [...] é mais ou menos isso então?”

R. “Exatamente, tanto que a igreja Católica não supria [...] eu era católico não praticante. Entre aspas não é nada. Se sou católico não praticante, mas não vai a Igreja, não faz nada, não reza, não vai a missa [...] Rezar e missa tem diferença de tu orar [...] Deus quer que tu ores, rezar é repetição de palavras, repetição [...] o terço [...] Deus não quer isso, Deus quer que tu, ores, que tu converses com ele [...] seja livre em comunicação com Deus para tu conversar e não aquela repetição de palavras [...].”

P. “Tu tens uma vivência bastante forte [...] tu tens bastante experiência [...] tu trocas muita experiência espiritual então dentro da Bola de Neve hoje [...] Tu não usa mais o termo ‘rezar’, tu usa o termo ‘orar’ porque tu traduz isso com um diálogo direto com Deus, então tu vivencia mais Deus na Bola de Neve do que tu vivenciavas Deus na Igreja Católica? ”

R. “Tanto que na Igreja Católica eu não praticava [...] eu era um católico não praticante [...] Compara, uma pessoa de cada religião: católica, umbandista, espírita, seja lá o que for [...] aí tu vai comparar a vida deles, não o externo, não o que eles estão fazendo [...] a vida, o coração, a parte mais sensível do corpo humano [...] compara a família dele, a obediência com o pai, financeiramente, emocionalmente, pessoalmente, em todos os sentidos [...] Eu descobri o evangelho e tô indo na Igreja Evangélica a dois, três anos eu me batizei.”

P. “Tu acreditas que tu tinhas valores pessoais muito diferentes antes de entrar nessa Igreja?”

R. “Bastante.”

P. “Os teus valores começaram a mudar antes de tu entrar nessa igreja ou eles mudaram depois que tu entrou?”

R. “Mudaram no decorrer.”

P. “Foi um processo antes de entrar? Durante? Eles mudaram ou eles estão mudando?”

R. “Estão mudando. É uma limpeza geral. Eu tô com 25 anos, 22 anos no ‘mundão’, nesses 22 anos tudo que eu atraí do mundo [...] impurezas, pecados, drogas [...] tudo que vem de pecado é geral [...] é adorar um carro, ficar louco por aquilo ali e esquecer de tudo e querer aquilo ali [...] uma roupa, uma mulher [...] eu ficava com uma, duas, três [...] tava cheio de namorada, tava só alimentando meu coração com impurezas [...] eu fui batizado, matei o velho homem, nasci um novo homem [...] todos os dias vai ser uma luta.”

P. “Tu reforças isso, essa vivência todos os dias, melhorando os teus valores, te tornando mais adequado a esses preceitos que tu acreditas firmemente?”

R. “Todo dia!”

P. “Eu acho que tu me deu uma série de informações e até excedendo o que eu gostaria [...], para finalizar, eu queria só te fazer um último questionamento. Seria uma coisa um pouco mais fora dessa questão da espiritualidade. Tu achas que existe alguma influência entre o grau de escolaridade de uma pessoa, a idade, os valores da vida da pessoa. Como é que esse conjunto joga no processo de decisão da pessoa para trocar de religião?”

R. “O evangelho moderno aceita a pessoa pelo que ela é, pelo grau de escolaridade [...] o que ela for, agora a diferença da pessoa que não tem estudo nenhum, que não sabe nem ler, de repente, ela procura uma Igreja tradicional [...] porque o pastor daquela Igreja [...] ele mesmo lê a Bíblia para ela porque ela não sabe ler, então ela aceita tudo que o pastor dela fala. Mas nessa Igreja

Bola de Neve, onde eu congrego hoje, a grande maioria é muito atualizada com o mundo. Praticamente todos que congregam tão na faculdade, tão estudando, tão buscando a Deus, só que não pode ter a liberdade que [...] 'eu vou procurar outra religião porque sou gay, porque essa religião não me aceita!' [...] Ser gay não é de Deus. Deus te fez homem, pra tu ser homem, mulher para ser mulher! [...] Daí procurar uma religião que aceite [...] aí é aquela religião que ta errada [...] o que essas religiões fazem de bom?"

R. "Quero agradecer [...] obrigado!"

ANEXO E - ENTREVISTA Nº. 5, EM 16/11/2006

P. "Bom (nome da pessoa), o objetivo dessa entrevista é ter uma idéia geral sobre os motivos que levam as pessoas a trocarem de religião. Então eu gostaria de iniciar essa entrevista te perguntando se tu poderias dissertar: se tu tens uma religião, se tu estás ligado a uma religião oficialmente. Quando alguém te pergunta qual é a tua religião, o que é que tu respondes normalmente?

R. "Bom, sempre quando eu sou questionado a esse respeito eu respondo que sou católico, religião católica, mas até posso te adiantar que não sou freqüentador assíduo."

P. "Como foi que tu te tornou um católico?"

R. "Segui a tendência dos meus pais, o curso da família. Eu acho que a religião ta muito ligada aos valores e ao ambiente no qual tu estás inserido. Então, como os meus pais, toda minha família é católica: meus pais, irmãos, avós [...] daí eu acabei seguindo essa mesma linha."

P. "Hoje tu conseguirias identificar um motivo, ou vários motivos, porque tu não estás mais freqüentando mais a tua religião? A igreja católica no caso?"

R. "Olha, a gente sempre acaba deixando esses assuntos mais espirituais em segundo plano. Acaba tratando a vida mais na correria, e uma coisa que eu tenho comigo mesmo [...] assim [...] que eu me lembro da religião, são nos momentos difíceis. Quando eu to com um problema no trabalho, ou problema de saúde, alguém em casa não ta legal eu me lembro da religião! Aí eu vou atrás. Eu vou na igreja. Dá um tempinho no horário do almoço eu vou aqui no centro, na igreja das Dores, dou uma 'rezada' [...] e gosto quando eu tomo essa iniciativa [...] entendeu? Mas quando ta tudo bem na minha vida, as vezes eu acabo deixando de lado, eu esqueço, inclusive de rezar até o final do dia [...] alguma coisa assim. È por isso que eu acho que antigamente, quando eu era menor, eu tinha mais freqüência [...] domingo [...] a catequese, aquela coisa toda, aquela etapa né [...] então eu seguia um pouco e continuei indo, mas de adolescente em diante comecei a deixar um pouco."

P. "Tu freqüentas alguma outra religião além da que tu declarou como sendo oficial?"

R. "Não [...] Nesse ano eu fui no centro Espírita, mas foi a única experiência que eu tive fora da Igreja católica."

P. "Como é que foi essa visita? Foi uma sugestão de um amigo? Foi uma coisa espontânea?"

R. "Acho que é quase uma unanimidade [...] quando tu ta dizendo que ta com algum problema, ou alguma coisa não ta legal na família todo mundo diz: 'A, procura um centro espírita [...] o pessoal vai te acalmar, lá tu vai ver pessoas querendo o teu bem'. O que eu fiz? Nos reunimos eu, o meu pai, minha mãe e a minha namorada e fomos no centro espírita."

P. "Eu te perguntaria sobre como é que a religião católica, a oficial, que seria a que tu mais freqüentava: eles tinham um comportamento de buscar a tua fidelidade? O padre, ou algum representante do padre, as freiras, ou seja quem for [...] eles costumavam te procurar para te convidar para participar da missa no final de semana ou participar de uma atividade religiosa. Esse tipo de coisa acontecia contigo?"

R. "Não, nunca houve esse tipo de contato. O que eu sinto, assim que tinha uma época que eu freqüentava a missa, e sempre na missa o padre tentava incentivar que a gente continue freqüentando a igreja."

P. “Mas além da missa não tinha?”

R. “Não, nenhum contato. Nunca fui procurado, nada a esse respeito. O que me lembrei agora são iniciativas particulares, dos vizinhos, nos prédios onde morei, de passar ‘santinhos’ que ficavam uma semana em cada casa. Mas geralmente vinha daquelas senhoras católicas [...] mais antigamente [...] sabe [...]”

P. “Tu tens alguma impressão de que os teus valores mudaram e eles podem ter causado esse teu afastamento da religião católica, a tua aproximação do Espiritismo, enfim, esse comportamento de afastamento que tu tens da Igreja, tu acreditas que possa ter alguma coisa a ver com alguma mudança de valor pessoal teu?”

R. “Com certeza!”

P. “Tu conseguirias enumerar mesmo que parcialmente que valores poderiam ser esses?”

R. “Como eu te falei no inicio, a escolha pela religião depende muito do ambiente no qual tu ta inserido. No momento que tu cresce tu se desenvolve, tu sai daquele clima familiar que tu tava acostumado, começa a trocar idéias, a freqüentar outros ambientes e está aberto a sugestões, então isso é um dos pontos que eu posso dizer. Senso crítico também: com o amadurecimento, no meu senso crítico, passei a não concordar com algumas coisas como solicitação de dinheiro na missa. Nas últimas missas que eu fui, senti muito essa tendência de solicitar dinheiro e eu não me senti bem, eu acho que as pessoas vão quando querem um conforto ou algo dessa forma entendeu? Eu antes de começar a vir pro material [...] eu sei [...] por outro lado eu sei que a Igreja [...] eles precisam disso para se manter, mas eu já não gostei. Acredito que o retorno espiritual não é devidamente compensado pela contribuição destas pessoas [...] eu acho que não deve haver uma mistura. Não tem que misturar as coisas. Eu acho que se tão necessitando de algum fundo, alguma coisa, que deixe lá e quem queira vá lá e de livre e espontânea vontade e não o padre [...] ’Ah, agora eu vou passar [...] não sei o quê [...] o caixinha: por favor ajudem [...]’. Não! Eu acho que misturou as coisas entendeu? A Igreja tem um fim humanitário [...] eu sei que tem que ter por outro lado, mas eu não concordo com isso aí, por isso que eu me afastei um pouco também.”

P. “De uma forma geral, tu acredita que a idade das pessoas, o estilo de vida e o grau de escolaridade interferem de alguma maneira nessa decisão das pessoas se afastarem ou se aproximarem de uma determinada religião?”

R. “Com certeza. Como eu te falei: Maturidade. Idade. No momento em que tu vai atingindo um certo grau de maturidade tu já tens alguns princípios e valores diferentes daqueles de quando tu eras criança [...]”

P. “Só para esclarecer: maturidade tu associas com idade ou tu consideras coisas separadas?”

R. “Separadas, mas geralmente elas se desenvolvem na mesma linha, não separadas. Mas acredito que, como eu tava te falando, tu vai ficando mais velho, freqüenta outros ambientes, tu tem acesso ao ensino e te abre muitas portas e te abre as coisas muito novas e com certeza todos esses itens influenciam demais na escolha da religião, até mesmo no meu caso.”

P. “Quero concluir agradecendo a tua ajuda [...]”

ANEXO F - ENTREVISTA Nº 6, EM 17/11/2006

P. "Bom [...] o objetivo dessa entrevista é [...] tentar identificar características nas pesoas que possa ajudar a [...] Então eu gostaria de iniciar essa entrevista te perguntando qual é a tua religião oficial hoje? Quando alguém te pergunta qual é a tua religião, o que tu respondes?

R. "Sou cristã."

P. "Cristã [...] Tu tens alguma denominação religiosa? Tu és ligada a alguma Igreja?

R. "Sim, Igreja Universal do Reino de Deus."

P. "Certo [...] E porque tu estás nessa Igreja?"

R. "Bom, atualmente eu não tô indo assim [...] como que eu ou te dizer? Com eu ia antes [...] assim, que eu freqüentava mais antes, porque agora ficou mais difícil por causa do serviço né, mas foi lá que eu encontrei resposta pra várias perguntas que eu tinha [...]"

P. "E essas perguntas eram perguntas de que tipo? O que te puxou pra lá? Qual foi o 'estalo' que te deu: '[...] bah, é essa Igreja que vai me dá as respostas!'."

R. "Bom, no começo eu fui por curiosidade (risos)."

P. "Ah! Curiosidade!"

R. "Curiosidade! Me convidaram prá ir [...] daí eu fui, comecei a gostar das reuniões [...] da 'palavra' (referência usada que diz respeito aos discursos realizados na Igreja)".

P. "Quem te convidou? Ou tu fostes sozinha?"

R. "Amigas. Foram amigas."

P. "Então tu já trocou de religião antes?"

R. "Já, antes eu freqüentava a Umbanda [...] Batuque [...] essas coisas assim [...]"

P. "E quando tu freqüentava a Umbanda tu te lembra se existia algum tipo de trabalho que as pessoas faziam do tipo: te ligar prá dizer que tinha um evento da religião, que tinha uma festa, eles te visitavam? Ou seja, eles procuravam manter um contato para te aproximar da religião?"

R. "Não. Não me lembro disso."

P. "Tu fazia tudo então por espontânea vontade."

R. "Isso, me convidavam né [...] a família toda de religião, e daí eles iam e eu ia junto."

P. "Ah ta. Tu ias porque tu recebias um convite. Mas as pessoas reforçavam [...] como era isso? Se tu não fosse [...] tu te recusava a ir ou tu simplesmente 'Ah, já que todos vão eu vou junto.'"

R. "Bom, tinha vez que eu não ia, porque eu ia desde pequena, porque a minha avó freqüentava e recebia as entidades [...]"

P. “Sim, então começou dentro da família isso?”

R. “Dentro da família, aí depois eu comecei a ir em outros lugares diferentes porque a Umbanda é uma coisa e a linha Vermelha é outra totalmente diferente né. Aí eu comecei a ir nessa que é a mais forte, mas não gostei muito e parei de ir.”

P. “A tua religião hoje. Ela é uma religião que tu sente que eles se aproximam mais de ti? Tu sentes que eles tentam criar uma fidelidade prá que tu te mantenhas lá dentro da Igreja ou tu tens o mesmo comportamento de ir pela tua própria vontade.”

R. “Não. Eles aproximam bastante a gente.”

P. “E como é esse trabalho que eles fazem? Eles te visitam? Te ligam?”

R. “Ah, eles visitam sim. Tem uma amiga que é obreira que trabalha dentro da Igreja. Ela liga, ela faz visita, ela faz uma oração [...] eles vão na casa da gente quando a gente precisa. Se ta doente eles vão no hospital [...] eles fazem grupo até no presídio. É bem interessante. Eu fazia grupo de evangelização e ia nas casas convidar o pessoal [...] Era bem legal.”

P. “Então tu notas uma diferença de relacionamento da Igreja que tu ta com a Umbanda [...]“

R. “Totalmente!”

P. “Tu achas que a idade da pessoa [...] a tua idade [...] na medida que tu foi avançando a tua idade [...] tu achas que isso fez diferença prá tu tomares a decisão de sair de uma religião e passar para outra?”

R. “Ah, eu acho que fez sim [...] porque quando a gente é mais nova a família diz que a gente não se governa. Tem que ir aonde eles vão. Quando tu já tem uma certa idade tu pode ir sozinha porque tu é dona do teu nariz [...] faz o que tu quiser.”

P. “E tua achas que a escolaridade de uma pessoa também interfere nessa decisão de trocar de religião?”

R. “Como assim escolaridade?”

P. “Uma pessoa que por exemplo tem primeiro grau decide de um jeito, uma pessoa com segundo grau decide de outro, uma pessoa com o terceiro grau de outro [...] então, conforme a série escolar, tu acha que quanto mais alta pode interferir?”

R. “Ah, eu acho que não, porque na igreja que eu freqüento tem pessoas de vários estilos de vida diferentes, escolaridade diferente, tem gente que não sabe ler e tem gente que sabe ler até demais. E o que eles tão em busca ali é um objetivo só, e é o mesmo.”

P. “E o estilo de vida [...] tu achas que tem algo a ver?”

R. “Eu acho que não tem nada a ver. Lá tem pessoas diferentes [...] tem advogados, empresários e tem gente que não tem onde dormir [...]”

P. “Bom, (nome da pessoa) eu quero te agradecer [...]”

ANEXO G - ENTREVISTA Nº. 7, EM 17/11/2006

P. “Bom (nome da pessoa), o objetivo [...] Eu queria começar essa entrevista te perguntando qual é a religião que tu estás? Qual é a tua religião oficialmente? O que tu repondes quanto te perguntam isso?”

R. “É a religião católica.”

P. “E porque tu estás na religião católica? Porque tu responde que a tua religião é católica?”

R. “Bom, eu freqüento a Igreja católica já desde criança né. E [...]“

P. “Então oficialmente [...]”

R. “É, fiz batizado, crisma, catequese [...]”

P. “Certo. Como é que tu encara hoje a tua religião [...]?”

R. “Hoje eu vejo assim [...] a religião por um lado no sentido da formação educacional, eu acho que a religião, pelo menos a católica, foi um caminho muito importante prá eu ter uma [...] prá eu me guiar assim na minha formação educacional. Não tanto na questão religiosa, mas mais na formação da pessoa, assim [...] escolar, pessoalmente, e não questionando muito as questões religiosas [...] se tu acredita ou não acredita nisso e naquilo, mas mais assim a religião como uma forma de crescimento pessoal.”

P. “Quais foram os motivos que te levaram a afiliação na Igreja católica?”

R. “Bom, acredito que tenha sido [...] a primeira coisa, o fato de eu ter sido batizado pelos meus pais. A partir daí, o fato de eles freqüentarem, acabei freqüentando também por essa questão familiar, e [...] a razão com certeza foi a questão familiar, porque eu fui criado numa família católica e acabei freqüentando durante muito tempo a Igreja.”

P. “Hoje tu freqüenta a Igreja normalmente?”

R. “Hoje eu diria que freqüento muito pouco. Não sou afastado totalmente, mas assim, por exemplo, ir à missa ultimamente eu não tenho ido, pelo menos nos últimos dois anos [...] no último ano [...] eu fui poucas vezes na Igreja “

P. “A religião a que tu estás ligado [...] percebes se eles tem alguma preocupação em te manter a tua assiduidade nos rituais, eventos [...] Eles te convidam, ligam prá ti para participares de eventos da Igreja, te visitam [...] ou seja, existe uma relação mais próxima entre tu e a Igreja?”

R. “Eles nunca chegaram a ligar, mas pelo que me lembro [...] sempre que tu vai na missa eles dizem ‘ah, ta acontecendo isso na paróquia, vai ter tais e tais eventos, eles incentivavam todo mundo a participar, ou seja, festas [...]”

P. “Hoje tu achas que se eles entrassem mais em contato contigo tu voltarias?”

R. “Não sei, depende do que eles propusessem [...] com a idade a gente vai ficando mais crítico [...] mas [...] não sei [...]”
P. “Tu freqüentas alguma outra religião alem da tua oficial?”

R. “Nenhuma.”

P. “Tu poderias dizer que valores pessoais mudaram em ti para tu partires para um afastamento da Igreja tradicional [...]?

R.” Eu [...] A questão do afastamento foi uma coisa natural, nunca parei para refletir muito disso, mas [...] não sei [...] acho que a pessoa começa a se questionar mais sobre os valores, sobre o que a Igreja defende, ou não defende. Eu também comecei a ler assuntos mais relacionados à Filosofia [...] e então eu diria que hoje eu estaria meio indeciso sabe? Não sei se sigo esse rumo da filosofia ou se volto para o rumo da religião [...] ou se fico afastado da religião e passo a não estar ligado a nenhuma religião ou outra [...] ou quem sabe conhecer uma religião ou outra [...] diferente. Prá falar a verdade eu conhece só a religião católica né.”

P. “Se tu recebesse um convite para freqüentar uma outra religião tu irias sem problema?”

R. “Preconceito eu não teria, mas primeiro buscaria me informar sobre o que é a religião. A pessoa teria que me dar um motivo prá eu ir. Eu comecei a ser muito mais questionador sobre isso.”

P. “Quando tu começou a te afastar da Igreja foi por motivação puramente pessoal ou tu observou que pessoas do teu convívio tinha essa tendência?”

R. “Não [...] foi pessoal. Uma decisão individual.”

P. “Qual é o teu grau de instrução?”

R. “Terceiro grau incompleto.”

P. “Qual a tua idade?”

R. “22.”
P. “Tu achas que de alguma maneira a idade influencia nessa decisão de trocar de religião ou se afastar da religião?”

R. “Acho que não. Acho que qualquer idade a pessoa pode começar a se questionar sobre seus valores. No meu caso foi agora. Para outras pessoas pode ser mais cedo ou mais tarde.”

P. “E a escolaridade?”

R. “Olha, talvez. Eu não sei dizer. Acho que não necessariamente a pessoa precisa ter uma escolaridade alta prá se questionar sobre esses assuntos.”

P. “E com relação ao estilo de vida das pessoas [...]?”

R. “Se influencia na decisão da pessoa?”

P. “Exatamente.”

R. “Olha, eu acho que tem casos e casos. Não saberia dizer. Acho que não. Acho que a pessoa pode ter qualquer estilo [...] que não afeta.”

P. “Bem (nome da pessoa), quero agradecer [...]”