

PENTECOSTAIS E PROTESTANTES NO MERCADO E NA MÍDIA DO BRASIL CONTEMPORÂNEO

**Pentecostals and protestants in the market and media in contemporary
Brazil**

Sílvio Murilo M. de Azevedo¹

Resumo: Este artigo tem como propósito colocar em discussão a confluência do mercado com o campo religioso brasileiro, que a partir dos anos 90 tem se tornado mais gritante; bem como a influência do capitalismo tardio brasileiro na organização eclesial, na teologia e na espiritualidade dos evangélicos e pentecostais. Tentando também organizar e classificar as diversas denominações que se colocam sob a égide do mercado. O modo como o comportamento de consumo vai se apoderando das relações das pessoas dentro dessas instituições e de sua própria relação com o sagrado. E como subproduto dessa feição mercadológica adotada por segmentos majoritários do Protestantismo brasileiro, quais são as principais estratégias de marketing, de comunicação social e de estruturação organizacional são implementadas, com o objetivo de conquistar e fidelizar novos adeptos (consumidores).
Palavras-chave: Sociologia da Religião, Capitalismo tardio, Pentecostalismo, Mídia, NRM.

Abstract: The purpose of this article is to discuss the confluence of the market with the Brazilian religious field, which from the 1990s onwards has become more blatant; as well as the influence of late Brazilian capitalism on ecclesiastical organization, theology and spirituality of evangelicals and Pentecostals. Also trying to organize and classify the various denominations that are placed under the aegis of the market. The way consumer behavior takes over people's relationships within these institutions and their own relationship with the sacred. And as a by-product of this marketing feature adopted by the majority segments of Brazilian Protestantism, what are the main marketing, social communication and organizational structuring strategies are implemented, with the objective of conquering and retaining new followers (consumers).

Key words: Sociology of Religion, Late Capitalism, Pentecostalism, Media, NRM.

¹ Graduado em Filosofia pela USP, mestre e doutor em ciências da religião pela UMESP, pesquisador ligado ao programa de pós-doutorado em Ciências da Religião da PUC-Goiás.

1. Introdução às igrejas marqueteiras

O capitalismo tardio ou a pós-modernidade impõe a presença do mercado a todas as esferas societárias, inclusive à religião. Isso decorre basicamente por causa do relativismo e do ecletismo tornados hegemônicos, bem como pelo processo de singularização, que faz as religiões disputarem novos membros e interessados usando técnicas de marketing e de comunicação social, seja identificando novos nichos sociais aos quais dirigir suas campanhas, seja fazendo uso ou comprando mídias para veicular seus ensinamentos e/ou práticas. Por ora o Catolicismo está fora dessa disputa, por motivos teológicos: a rejeição da teologia da prosperidade, e por motivos sociológicos: a condição de igreja majoritária. Restam assim os chamados evangélicos, sejam protestantes históricos ou pentecostais, dos quais alguns segmentos apresentam elevado grau de integração com o mercado e com o consumo.

Neste novo ambiente cultural, onde o mercado invade a religião e a religião invade o mercado, surge uma nova categoria religiosa que podemos chamar de igrejas marqueteiras. O termo ‘marqueteiras’ aqui não é sinônimo de igrejas mercenárias, cuja missão seja aliciar multidões, com vistas a engrossar as fileiras de doadores de dízimos e ofertas. Seria muito simplista ver dessa forma. Aponta antes para o aparecimento de igrejas com um conhecimento mais eficaz sobre as necessidades daqueles a quem são oferecidos produtos e serviços espirituais. Elas procuram melhorar o fluxo desses produtos e serviços para beneficiar, tanto a si próprias, como seus adeptos (consumidores). O modelo de gestão de muitas dessas instituições religiosas é o mesmo de uma corporação empresarial, pelo menos em suas características mais fundamentais: “atenção às necessidades dos clientes, flexibilidade no lançamento de produtos, estrutura organizacional, simultaneamente, centralizada e flexível, pesadas inversões em comunicação e marketing” (L. Campos, 2000: 4).

De fato, muitas organizações religiosas hoje veem-se a si mesmas como prestadoras de serviço; e os indivíduos, como consumidores ou clientes, na falta

de uma palavra melhor. As expectativas das denominações em relação aos adeptos também mudaram; e de igual modo, a dos adeptos em relação a elas. Em nossos dias, para muitas pessoas, comprar e consumir se tornam uma forma de religião, e isto, de alguma maneira penetrou em muitas igrejas cristãs (J.-C. Usunier e J. Stolz, 2016: 4).

Nessas igrejas, o objetivo não é mais converter os ouvintes ou expectadores, mas convencê-los; persuadi-los de que seus produtos espirituais são os melhores, e seus homens sagrados são dotados de poder para entregar aquilo de que necessitam; no que, tendo sucesso, conseguem atrair e fidelizar pessoas. A conversão como sinal de transformação espiritual cede lugar a transformações socioeconômicas, as quais passam a ter o condão de determinar a condição espiritual dos adeptos. Ou seja, quando o indivíduo deixa a pobreza, os vícios e a doença e se transforma em um cristão vitorioso, com a vida e a família restaurada, é que se torna habitáculo da presença de Deus. A conversão não tem mais a ver com uma determinada doutrina passar a ser aceita como verdadeira, nem de uma certa moralidade bíblica ocorrer apontando para um novo nascimento; a transformação é ter acesso a um poder que antes o indivíduo não possuía.

O processo de singularização social que adveio à Modernidade tardia criou um ambiente culturalmente plural, repleto de sujeitos com valores religiosos éticos e estéticos diversos que requerem formas diferentes de satisfação, o que torna o trabalho de missionamento uma tarefa muito mais complexa do que era no passado. Acresça-se a isto, a liberdade que os indivíduos gozam para escolher sua própria religião, e mudar de religião ao seu talante, no momento que julgam oportuno. O aumento da disponibilidade de oferta de produtos religiosos pelo incremento de meios de comunicação; a grande disponibilidade de produtos seculares que disputam o espaço simbólico com os religiosos e a conseqüente exposição da religião nos veículos de massa (J.-C. Usunier e J. Stoltz, 2014: 5); tudo isso produziu grande concorrência entre

as instituições religiosas no mercado e a necessidade de aprimoramento da capacidade de comunicação das instituições religiosas com seu público-alvo.

Por outro lado, internamente, o aumento de tamanho e de número das mega-igrejas e mega-templos², com seu ambiente multifuncional tornam o ambiente eclesiástico cada vez mais parecido a um shopping center, com diversos produtos expostos para comercialização: loja de camisetas cristãs e outros acessórios; agência promotora de eventos (tours à Terra Santa); livraria, onde são vendidos também CDs e DVDs gospels. Há demasiadas atividades e eventos paralelos a demandar maior proficuidade comunicativa por parte das lideranças. A existência dessas mega-igrejas também demonstra, que, de agora em diante, pastores, bispos e apóstolos passam a ser celebridades, cuja atenção é disputada pela audiência, tanto quanto a audiência o é pelos pregadores. Nesse ambiente eclesiástico aumentado, produz-se uma nova relação entre as lideranças e o rebanho, mais superficial e mais profissional, a grei, de certa forma, deixa de comportar-se como tal, passando a ser um público. A teologia dos resultados, que é subproduto da teologia da prosperidade, dá um valor espiritual ao espetáculo e ao monumental. A missiologia pentecostal vê o Espírito no grande movimento de massas, porque a Escritura fala no livro de Atos que, com o derramamento do Espírito no Pentecostes, 3 mil foram ganhos para o evangelho em um só dia (At. 2: 41). Essa valorização dos resultados tira do foco as disputas teológicas e doutrinárias e coloca no lugar a capacidade das lideranças em produzir fatos notáveis e apoteóticos. Daí o esforço de muitas dessas igrejas em demonstrar, por meio de grandes mobilizações, que estão sob a influência e direção do Espírito.

² São consideradas mega-igrejas aquelas que comportam mais de 2 mil pessoas por serviço de culto (J. Johnson, 2017: 161), ainda que as maiores cheguem a ter mais de 30 mil em seu livro de membros. Elas se originaram nos Estados Unidos, que também é o país que conta com o maior número delas. Joel Osteen tem uma congregação com 38 mil membros; T. D. Jakes reúne aos domingos uma assistência de 30 mil pessoas; Creflo Dollar atrai todos os domingos à Igreja Internacional dos Transformadores do Mundo em Dallas 30 mil ouvintes; Frederick Price pastor do Centro Cristão Crenshaw reúne 22 mil ávidos ouvintes para ouvir seus sermões motivacionais (K. Bowler, 2013: 5). No Brasil existem alguns mega-templos, lugares muito grandes para assistências de mais de dois dígitos, mas que não podem propriamente ser chamadas de mega-igrejas, porque não compõem um único corpo de membros, apenas reúnem-se aí para megaeventos para ouvir pregadores especiais.

É memorável a mobilização em 1987, convocada pelo bispo Edir Macedo para a sexta-feira santa no Maracanã, mais de 200 mil compareceram (Superinteressante, 2017). De igual modo, a mobilização anual “Marcha para Jesus”, inicialmente em São Paulo e agora em diversas capitais. O evento é interdenominacional e é promovido e organizado pela Igreja Renascer em Cristo. Em uma de suas edições compareçam 2 milhões de evangélicos e simpatizantes (Folha de São Paulo, 2005). Mais recentemente, outros eventos desse porte e até mais complexos começam a surgir. Em 2020, uma organização evangélica interdenominacional (*The Send*) superou tudo o que vinha sendo feito em termos de organização e mobilização das massas, reunindo, simultaneamente, uma multidão em três estádios de futebol, o Pacaembu, o Morumbi em São Paulo, e o Mané Garrincha em Brasília (Fórum, 2020). A complexidade fica por conta das diversas atividades realizadas, porque a proposta era montar workshops sobre missões. Essas grandes mobilizações são uma nova forma de missionar. Muitos evangélicos hoje, como no passado a Igreja Católica, querem fazer evangelismo de massa. Não por acaso as instituições por trás desses grandes eventos da atualidade defendem a transferência do poder para a mão dos evangélicos, acalentando o sonho de influir na governança, por intermédio de uma ideologia de extrema direita: “Bendita é a nação, cujo Deus é o Senhor” (Sl. 33: 12).

Esta nova tendência para o missionamento e arrebanhamento de multidões começou a se instalar no Brasil por volta da década de 70³. E, à

³ A classificação das manifestações do Pentecostalismo brasileiro em três ondas é de autoria de P. Freston. A primeira onda começa com a fundação da Assembleia de Deus em Belém (1911) e com a Congregação Cristã do Brasil (1910). A segunda onda principia com a chegada da Igreja do Evangelho Quadrangular (1953), e com a fundação da Igreja Brasil para Cristo (1955) e da Deus é Amor (1962). A terceira onda tem início com a fundação da Igreja Universal (1977) (P. Freston, 1995). Existe outra classificação bem interessante de J. Bittencourt Filho, que divide o Pentecostalismo no Brasil em dois grandes grupos: O Pentecostalismo clássico que vai até o meado do século XX e o autônomo, daí em diante. É preciso ter cuidado com a excessiva clivagem entre estas três ondas por alguns motivos. Quanto ao uso da televisão, por exemplo, isto não foi exclusividade das neopentecostais. A Assembleia de Deus copiou bem o modelo iurdiano e adquiriu uma parte da Rede Manchete, transformando-a na Rede Boas Novas, que cobre todo o Norte do país e outras regiões; a Quadrangular, da 2ª onda, estabeleceu uma rede de satélite: Jesus Sat. O uso de um braço político para facilitar a implementação dos projetos da igreja foi primeiramente concretizado por Manoel de Melo, fundador Igreja Pentecostal da Brasil para Cristo (P. Freston, 1994b: 120-121); as seções de exorcismo, guerra santa à Umbanda e as correntes, apesar de caracterizarem a IURD, começaram na IPDA (Deus é Amor) (*Ibid.*: 129). Apesar de

semelhança do próprio movimento pentecostal no Brasil, manifestou-se também em três ondas, cada uma delas dando um passo adiante na contextualização do evangelho, ou à sua deturpação, como muitos preferem. A primeira geração de igrejas marqueteiras é puramente neopentecostal e todas originárias da mesma raiz carismática (Universal, Mundial e Internacional); o que as caracteriza é a exploração dos recursos audiovisuais da televisão para expandir sua marca e seus produtos junto às massas urbanas, por meio da pregação e operação de milagres. Sua marca inovadora foi a teologia da prosperidade e a confissão positiva. A segunda geração (Renascer em Cristo, Sara nossa terra, Batista da Lagoinha, etc.), que começa a aparecer na década de 90, com mudanças mais profundas na liturgia e no missionamento, mantendo ainda a plataforma básica da teologia pentecostal. Seu ponto forte é a adoração. A terceira geração das marqueteiras ainda está na infância, porque nasceram a partir dos anos 2000. Caracterizam-se pela diversidade teológica, não mais pertencendo exclusivamente à matriz pentecostal; pelas missões urbanas, porém, indo na direção inversa às igrejas de primeira e segunda geração, porque já não estão interessadas em estabelecer mega-igrejas ou fazer grandes mobilizações, mas buscam a comunhão em grupos em congregações pequenas. Seu ponto forte é a inclusão e o ecletismo. A importância do marketing permanece porque aqueles que querem atrair têm muitas peculiaridades culturais, as quais sua comunicação precisa considerar para atingir suas metas missionárias. Por essa razão, permitem-se maiores liberdades com a liturgia dos cultos, a música e a linguagem usada na exposição do evangelho.

posição contrária de alguns estudiosos acerca da distinção entre pentecostais e neopentecostais (J.-P. Willaime, 1999) por conta das confusões que podem ser geradas tendo em vista outros atores religiosos que precisam ser classificados (a renovação carismática, por exemplo), bem como a confluência de doutrinas e métodos entre elas; contudo, pode-se dizer que existe sim uma linha divisória entre estas duas categorias religiosas, e ela se desenha no campo da moral protestante e do ascetismo, que entre os segundos já não é adotada em todo o seu rigorismo. O projeto de poder e a teologia da prosperidade adotadas, faz com que os neopentecostais borrem a linha que separa a igreja do mundo. Mas isto hoje torna-se questionável porque a AD começa, na prática, a questionar suas tradições fundantes a este respeito por causa da política.

2. Igrejas marqueteiras de primeira geração

Se o principal meio de difusão das pentecostais da 2ª onda no Brasil foi o rádio, entre as neopentecostais da 3ª onda o mesmo papel exerceu a televisão, sendo sua utilização para missionar uma de suas singularidades (A. Corten, 1999a; D. Lehmann, 1996; R. Mariano, 1995, 1996; C. L. Mariz, 1995; Oro, 1992, 1996). Esse novo meio midiático começou a ser usado no Brasil por Robert W. McAlister, um missionário canadense interdenominacional, fundador da Igreja Nova Vida. Combinando a igreja com o programa *a Voz da Vida Nova*, que começou a ser transmitido em 1960, ele criou um modelo de tele-evangelismo que foi seguido por todas as neopentecostais que viriam depois. Por esse modelo o tele-pregador se propõe, não apenas a anunciar o evangelho, como também a arrebanhar os ouvintes, convidando-os a comparecerem ao seu próprio culto denominacional (V. Borelli. 2010: 24). O modelo norte-americano da “igreja eletrônica” sem articulação com a igreja física, que prevaleceu no *mainstream* religioso até a década de 80 (Rex Humbard, Pat Robertson e Jimmy Swaggart), não interessou aos neopentecostais (C. V. Cunha, 2017: 204). Eles não queriam meramente semear, queriam também ceifar e recolher aos próprios celeiros.

Robert W. McAlister também foi o primeiro a divulgar da teologia da prosperidade no território nacional, ao escrever um panfleto despretensioso, intitulado *Como prosperar?* O material acabou influenciando Edir Macedo e R. R. Soares, à época, ainda na Universal do Reino de Deus (Superinteressante, 2017). Começava a criar-se uma nova necessidade espiritual no Brasil, que as igrejas tradicionais não estavam preparadas para suprir: a necessidade de os crentes sentirem-se abençoados com bênçãos materiais. Em seu texto McAlister ensinava que, “se faz um sacrifício material verdadeiro, com todo o coração, o crente alcança um outro nível da evolução espiritual” (*Ibid.*). Essa afirmação de McAlister foi o embrião doutrinário do Neopentecostalismo, meio no qual o dom de línguas é substituído pelo sacrifício material (e pela consequente

prosperidade) como sinal maior do novo nascimento e da especial vocação para a salvação. A ênfase da observação do missionário canadense não era propriamente a prosperidade, mas a disposição ao auto-sacrifício; o bispo Macedo, mudou a ênfase, colocando a prosperidade em relevo. Segundo Edir Macedo, quem exercer fé e pactuar com Deus, *com certeza*, receberá a abundância de Suas mãos, algo que McAlister nunca chegaria a afirmar. Das três grandes neopentecostais duas têm suas raízes na interpretação de Macedo sobre a prosperidade material, a Universal e a Mundial. A Internacional de R. R. Soares, ao invés, manteve-se fiel à posição tradicional de McAlister.

A expansão da televisão brasileira e o barateamento das tecnologias audiovisuais provocou uma corrida das igrejas à aquisição desses meios. A primeira da neopentecostais a adquirir canal de televisão foi a IURD, em 1989, comprando a Record, uma rede de televisão em situação falimentar à época, sediada em São Paulo. Depois dela a Assembleia de Deus, ministério Belém, procurou modernizar-se seguindo seus passos, em 1993, adquirindo a antiga TV Manchete, que também passava por crise financeira. A partir daí, praticamente a cada ano, uma emissora era adquirida ou criada por evangélicos: Renascer em Cristo – Rede Gospel (1996), Adventista do 7º dia – Novo Tempo (1996), Sara nossa terra – Rede Gênesis (1997), IURD – Família (1998), Internacional da Graça – RIT (1999), Batista da Lagoinha – TV Super de Televisão (2002), Igreja Pentecostal Internacional – TV Enlace Juvenil (2007), IURD – Record News (2007) (C. V. da Cunha, 2017: 207), Mundial do Poder de Deus – TV Mundial (2008) (Folha de São Paulo, 2008).

A presença evangélica na televisão aberta brasileira é brutal, se comparada à veiculação de outras instituições religiosas, que, embora também numerosas, parecem não ter a mesma voracidade; parecem apenas correr atrás do prejuízo, causado pela exposição midiática evangélica. Por exemplo, as católicas entraram no ar quase ao mesmo tempo das evangélicas, mas tiveram

crescimento mais lento. Dentre elas as mais conhecidas são a Rede 3º milênio, a Canção Nova e a Rede Vida (A. R. de Souza, 2008).

Compensando a presença mais tímida das católicas, nas redes seculares de televisão o conteúdo jornalístico sobre a Igreja Católica é muito mais positivo, com matérias sobre o Catolicismo institucionalizado, festividades e personalidades católicas, com destaque para a figura carismática do papa Francisco. As emissoras seculares destinam 73 % de sua agenda religiosa a eventos ligados à Igreja Católica (C. V. da Cunha, 2007: 210). Já o conteúdo sobre os evangélicos é muito menos frequente e de caráter negativo, aludindo a escândalos financeiros e morais dos pastores e instituições. E isso ocorre, aparentemente por dois motivos: (a) o sarrafo moral dos evangélicos é sempre mais alto, logo eles tendem a ser mais cobrados e criticados quando indivíduos ou instituições erram; se comparados a católicos quando cometem os mesmos deslizes; (b) notícias sobre a Igreja Católica são consideradas de maior utilidade pública por dizerem respeito a uma parcela maior da população; os evangélicos, além de em menor número, compõem um espaço denominacional muito fragmentado.

A voracidade midiática dos evangélicos tem um preço. O crescimento de bolha de muitas emissoras evangélicas faz com que estejam sempre às voltas com a justiça, dívidas nas áreas cível e trabalhista, quebras de contrato por falta de pagamento no arrendamento do espaço na grade de programações, e de encargos trabalhistas dos funcionários. Praticamente todas as TVs evangélicas têm esta classe de problemas. Depois de 10 anos de relação de parceria com a Band, até mesmo a Record foi levada aos tribunais pela parceira, por conta de inadimplência em espaço arrendado da rede 21 (Uol, 2022b). A Rede Mundial do apóstolo Valdemiro suspende pagamento de dívidas de praticamente todo mundo com quem faz negócio: provedoras de sinal de satélite, repetidoras, arrendadas, funcionários, fornecedores, etc. (Wikipédia, Rede Mundial), por isso tem um comportamento errático na transmissão de suas programações. A

Rede Internacional de Televisão (RIT), tem dívida trabalhista com funcionários demitidos, que só começaram a ser pagas depois que um juiz, mediante solicitação do advogado da parte lesada, determinou o arresto do QR Code usado pela Internacional em suas redes sociais e TV, para pedir dívidas dos fiéis. Em menos de duas semanas, depois de 8 anos de espera, o funcionário recebeu sua indenização (Uol, 2022a).

Outra característica dessas neopentecostais, como já vem bem expresso no parágrafo acima, é a ruptura com a moral protestante, que, ao invés, foi aceita e praticada pelos pentecostais das gerações precedentes. Eles têm menos escrúpulos morais em assuntos pecuniários, embora nas outras áreas da moralidade, mantenham a mesma ética protestante. Com efeito, a prosperidade como resultado do trabalho diligente do Protestantismo tradicional funcionou muito bem no capitalismo industrial, cuja ênfase era a produtividade e a mercadoria; mas, no capitalismo pós-industrial, com enfoque no conhecimento e no consumo, surgem outros valores conflituosos. No contexto de precarização do trabalho, provocado pela globalização, o trabalho diligente é apenas sinônimo de sobrevivência e falta de dignidade. Prosperidade aí, só se for golpe de sorte ou então pela mão do Onipotente. A ética e a moralidade quanto à prosperidade, portanto, entram em uma zona cinzenta, onde Deus e o diabo vivem em uma perigosa vizinhança, e onde o discurso religioso, por causa da teologia da prosperidade, pode facilmente escamotear desvios. Essa é a melhor explicação para o fato de os escândalos financeiros dos líderes não terem efeitos catastróficos nessas denominações. Com exceção de R. R. Soares, todos os grandes expoentes do Neopentecostalismo tiveram, em algum momento de sua história, sérios problemas com a justiça (chegando ao extremo do arresto, como no caso do apóstolo e da bispa da Renascer), mas todos conseguiram seguir em frente, sem se colocada em xeque sua liderança e autoridade institucional. Da perspectiva religiosa, entre os neopentecostais, a prosperidade de seus líderes tem prioridade frente a outras demandas morais.

Sempre se pode acusar o diabo de perseguir o servo de Deus, como fez Estevam quando estava atrás das grades.

Por não seguirem a cartilha “ascética, contracultural e sectária” do velho modelo pentecostal (R. Mariano, 1998: 24), torna-se mais fácil a uma instituição religiosa evangélica possuir e manter televisão secular, como a IURD à Record; e ainda fazê-lo com relativo sucesso, já que essa emissora está em segundo lugar no ranking de audiência. Longe dos excessos dos pentecostais de 1ª e 2ª geração, que proibiam radicalmente a vaidade feminina, a IURD faz vista grossa, permitindo grandes liberdades no decoro feminino (corte de cabelo, maquiagem, e o uso de joias). Além disso, sobre desvios morais dos membros, é mais complacente, evitando a temível disciplina eclesiástica; afastando o desviante apenas quando é obreiro (voluntário) ou pastor. Não se tratando disso, o assunto é simplesmente ignorado. A percepção moral da IURD ocorre em “camadas (mero assistente, membro, obreiro, pastor)” (P. Freston, 1994a: 137) e caminha na mesma direção do Catolicismo cultural, que tende ao laxismo moral em se tratando de católicos nominais.

Fazem parte desse grupo as três grandes neopentecostais: Universal, Internacional e Mundial. Para se conhecer o *modus operandi* desse ramo do Neopentecostalismo não é necessário expor todas, pois a Mundial é basicamente um filhote da Universal, sem mais distinções; o que não ocorre quando se compara Universal com a Internacional, entre as quais existe um antagonismo teológico de maiores proporções. Portanto, a exposição irá se ater às duas primeiras.

2.b. Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)

A IURD foi fundada por Edir Macedo e seu cunhado R. R. Soares em 1977, depois de rápida passagem do futuro bispo pela Umbanda e por outras igrejas do ramo pentecostal, onde a doutrina e os métodos iurdianos de missionamento foram aprendidos (P. Freston, 1994a:132). Macedo foi gestor

de uma lotérica no Rio de Janeiro (Loterj) e tirou a sorte grande quando se tornou pastor e fundador da Universal; hoje é dono de um império. Em pouco mais de uma década a IURD teve uma expansão explosiva no Brasil e em outras partes do mundo, especialmente em comunidades lusófonas e hispanófonas, em pouco tempo se consolidando como importante *player* no campo religioso.

Este crescimento espetacular em uma década, que deixou muito lá para trás as duas primeiras ondas do Pentecostalismo, deveu-se ao fato de que, desde o início, na cabeça do bispo, o projeto IURD tinha dois braços de sustentação, o midiático e o político, criados para reforçar um ao outro. O braço midiático aumenta o número de fiéis, e esses elegem os políticos da igreja; o braço político possibilita a compra de emissoras, que geram mais fiéis (P. Freston, 1993; 146). O braço midiático nasceu com a própria IURD, pois no momento em que era fundada, também era criado o primeiro programa de rádio (P. Freston, 1994a: 133); e um ano depois de sua fundação, a IURD já estava na televisão, com o programa *O despertar da fé*, na antiga Rede Tupi do Rio de Janeiro, dirigido pelo próprio Edir Macedo, (S. Penkal, 2020: 34). Já o braço político, demorou um pouco mais a se robustecer, por razões óbvias: a igreja ainda não tinha eleitores suficientes. Só em 1986 a IURD elegeu seus primeiros deputados federais. Por São Paulo, Roberto Augusto Lopes, cofundador da Universal, e mais tarde defenestrado pelo bispo Macedo; pelo Rio, dois deputados; e pela Bahia, um. (P. Freston, 1994a: 134). Não por acaso os estados com maior presença da IURD. Ambos os braços compõem o projeto de poder de Macedo, expresso meridianamente em seu livro *Plano de Poder* (2008), onde estão programaticamente inscritos os princípios para o exercício ‘cristão’ do poder, que, além da providência divina, inclui o fisiologismo político⁴, o qual, desde

⁴ “A base da política, partindo do pressuposto de conquistar e fazer prevalecer ideias, depende muito de bons relacionamentos” (p. 27). Ou seja, relacionamento com os detentores do poder, para por este meio conseguir emplacar ideias e projetos que dependem da aquiescência desses poderosos. O programa político do bispo é, portanto, bem pragmático, e apenas reedita o velho clientelismo romano, de poder com base na amizade e troca de favores. O bispo tenta impingir a José esse comportamento político, mas sem sucesso porque carece de base bíblica: “José era uma pessoa muito bem relacionada e tinha trânsito em vários segmentos da sociedade, o que lhe trouxe êxito em muitos aspectos, independentemente de seus méritos pessoais” (p. 28). Esta filosofia política fisiologista (é dando que se recebe), prescrita pelo bispo Macedo, vai marcar a política evangélica até

então, vem sendo praticado sistematicamente pela assim chamada bancada evangélica e pelo partido Republicano, o braço político da Universal (C. Cerqueira, 2021).

Além das causas espirituais, que não são nosso objeto aqui, o que explica este crescimento meteórico? Podemos começar pelas causas econômicas. Com o ingresso do Brasil no mundo globalizado e o conseqüente processo de desindustrialização, com o fortalecimento do agronegócio e a mecanização do campo, as grandes metrópoles brasileiras sofreram a invasão de milhões de desvalidos (A. Corten, 1999: 105), órfãos de um mundo que desaparecia, passaram a engrossar as fileiras do desemprego e do subemprego. As estatísticas indicam que, no Brasil, quanto maior a pobreza, maior o crescimento das igrejas pentecostais e neopentecostais (*Ibid.*: 104)⁵⁸. Pelas causas políticas, há as massas tornadas órfãs pelo Estado, endividado demais para assistir aos necessitados. A dívida pública contraída durante os anos dourados da década de 70, obrigou os mandatários posteriores a imprimir moeda para pagar os credores internos e assim gerar inflação, que piorava ainda mais a situação dessas populações. No início dos anos 90, centenas de empresas públicas decadentes e sem competitividade foram vendidas por bagatela; centenas de milhares perderam o emprego. No campo religioso, a Igreja Católica perdia a capacidade de pastorear. Naquela altura, estava empenhada em seu projeto de comunidades eclesiais de base, mas o discurso sobre a pobreza e a opção pelos pobres da teologia da libertação era tudo o que os pobres não queriam ouvir. Enfim, nesse estado de decadência política, social e espiritual, que afetava, especialmente, a população urbana, nasceu a Universal. Aos desvalidos premidos pela

nostros dias, já que a bancada evangélica compõe o centrão que apoia o presidente, a troca de nomeações e privilégios. O partido republicano, hoje o braço político da Universal, segue esta cartilha à risca, participando da base de apoio de todos os governos, não importa a ideologia: Lula, Dilma, Michel Temer e Bolsonaro (O antagonista, 2022).

⁵ Parece haver uma relação entre o processo de empobrecimento da população brasileira e o número de conversões ao Pentecostalismo, conforme se percebe que à medida que a população empobreceu nas últimas décadas, aumentaram os índices de conversão. Na década de 60, quando os 50 % detinham do total de riquezas do país; enquanto na década de 1980 eles detinham 12,6 %, havendo perdido 2,5 % das riquezas. (A. Corten, 1999; 104).

decadência financeira e sanitária, para quem a salvação depois da morte era um problema menor diante da morte em vida, a cura dos males do corpo e do espírito eram música celeste aos ouvidos. A Universal conseguiu responder adequadamente aos anseios da classe média baixa (P. Freston, 1994b), vendendo um programa de restauração espiritual e material, que parecia real, coisa que nem a Igreja Católica e nem os políticos conseguiram com tanta persuasão. A IURD sabia onde achar seus clientes, as classes B, C e D; conhecia-os profundamente, pois sua liderança viera daí. A partir desse conhecimento montaram a mais completa e azeitada rede de comunicação religiosa, que o país nunca havia visto até então, dominando o cenário religioso não católico durante a década de 90.

Desde o começo o bispo Macedo sabia quem era o alvo de sua campanha publicitário-religiosa. Pessoas de poucas letras, massa originária do Catolicismo popular, onde prevalecia uma mistura de santos padroeiros, animismo, religiões afro-brasileiras e espiritismo. Os problemas que afetavam esse público eram bem mundanos e cobravam soluções urgentes. A Universal discriminava claramente como seus interessados poderiam solucionar seus problemas. Cada dia da semana oferecia solução diferente. A causa é sempre espiritual (obra de espíritos malignos), mas os males são diversos⁶. Slogans simples e fáceis de decorar, repetidos exaustivamente, tornam-se mantras na cabeça dos acólitos: ‘pare de sofrer’, ‘fala que eu te escuto’, ‘a fé move a mão de Deus’, ‘não adianta fazer corrente e fazer tudo errado’, etc. Porém, além dos recursos comunicacionais utilizados nos templos, A IURD agregou à realidade religiosa dos templos outras ferramentas, para atingir aqueles que, mais arredios (as classes A e B), não os frequentavam. Os templos, por sinal, sempre estavam estrategicamente situados próximos ao metrô, ao trem, próximos a locais com

⁶ Há culto todos os dias na IURD. As assim chamadas correntes: segunda-feira – corrente da prosperidade (empresários), terça-feira – corrente da saúde, quarta-feira – corrente dos filhos de Deus, quinta-feira – corrente da família, sexta-feira – corrente da libertação para problemas de bruxaria, inveja, olho-grande, encostos, possessão, etc., sábado – grandeza de Deus para o desemprego, domingo à tarde – corrente sentimental para quem quer achar pessoa para relacionamento sério. (P. Freston, 1994a: 139).

movimentação intensa de transeuntes, que é indício do tipo de classe que queriam atingir.

O bispo Macedo, como bom discípulo do missionário McAlister, viu logo a necessidade de aproveitar a grande oportunidade que era a rede Record, à época em estado falimentar. Sabia, contudo, que como bispo de organização religiosa, encontraria grandes entraves burocráticos para sua aquisição, daí ter sido usado o ardil de um intermediário, para que se mantivesse sob sigilo o verdadeiro comprador. Em 1989 a Record foi comprada por US\$ 45 milhões, mas somente em 1994, o presidente Itamar Franco autorizou a transferência definitiva da emissora para o nome de Edir Macedo, mediante troca de favor: o voto da bancada evangélica em matérias que interessavam ao governo no Congresso (Folha de São Paulo, 1996). O grupo Record, depois de várias aquisições, é hoje um grande conglomerado de empresas de comunicação. A Record News, canal fechado; Rede mulher e Rede Família, TV Universal e Arca Universal (internet); Rede Aleluia, mais de 40 emissoras de rádio AM e FM (62, incluindo as arrendadas); a R7, portal de notícias e variedades na web; os jornais *Correio do Povo* (Porto Alegre) e o *Hoje em dia* (Belo Horizonte); gráficas Ediminas e Universal; a editora Unipro (S. Penkal, 2020: 33; V. Borelli, 2010: 24), responsáveis pela Folha Universal, alardeada pela IURD como o maior jornal do Brasil, hoje com uma tiragem de 1.7 milhões de exemplares (S. Penkal, 2020: 36); pela revista *Plenitude*, com tiragem de 250 mil exemplares; e pela revista *Obreiro de fé*, com 300 mil, voltada para os obreiros leigos, etc.

Como é característica dos neopentecostais, há uma certa confusão entre o patrimônio da igreja e o dos bispos. Na Universal não é diferente. Os bispos mais antigos têm parte da propriedade de muitas empresas que pertencem à IURD, conforme um patrimonialismo que é parte da cultura do poder no Brasil. Não é difícil imaginar por que este costume se impôs entre todas as neopentecostais. A prosperidade passando a ser o principal sinal do favor divino nessas denominações, é uma expectativa natural que os líderes e fundadores

sejam os mais ricos, e que os diversos níveis hierárquicos da igreja acompanhem, em ordem decrescente, da prosperidade da Igreja, porque ela é, putativamente, um reflexo da condição espiritual de cada um. Na Universal as recompensas são, portanto, bastante desproporcionais (P. Freston, 1994a: 145), tal como ocorre nas grandes corporações capitalistas, onde os salários dos C.E.O. estão na casa dos milhões e o dos operacionais (pastores), na casa das centenas. Além disso, a Universal prefere convocar para o ministério, “jovens promissores, solteiros ou casados sem filhos, com baixa expectativa de sustento, porque recém-saídos das drogas ou outra forma de vida desordenada” (*Ibid.*), porque são mais baratos e maleáveis à disciplina eclesiástica.

Há um formidável campo para expansão e manutenção dessa ideologia do ‘sucesso financeiro, graças a Deus’. Conforme a IURD cresce, outras possibilidades de negócios vão surgindo. A IURD hoje é uma poderosa *holding* controlando empresas de diversos setores: Uni Line, empresa de processamento de dados; Frame, produtora de vídeos; Banco de Crédito Metropolitano; Unimetro Empreendimentos; Cremo Empreendimentos; Agência de Turismo e Viagens New Tour, para explorar viagens do turismo espiritual à Terra Santa; Construtora Unitec, para construir seus templos; Uni corretora; Life Empresarial Saúde; Investiholding Limited; Ediminas, fábrica de móveis para mobiliar os templos. Além de 8.800 imóveis que são alugados aos pastores. (S. Penkal, 2020: 42 e 43). E ainda tem patrimônio e empresas espalhadas pelo resto do mundo, na França, Estados Unidos, Portugal, África do Sul, Angola, Moçambique, etc.

Essa ideologia do poder de Deus como marca da vida transformada pela graça perpassa todos os níveis da Igreja Universal, porque por sua ótica a prosperidade, da forma ampla como aí é entendida, envolvendo todas as esferas da vida (financeira, amorosa, familiar, sanitária, etc.), é reflexo direto da fé do indivíduo, porque a graça de Deus está disponível em mesma medida para todos. “A máquina narrativa” dos cultos e das programações midiáticas da

IURD martela na cabeça de seus ouvintes diuturnamente algumas palavras de ordem, binômios que embora pareçam bíblicos não o são, realizando uma verdadeira lavagem cerebral ou câmbio profundo na cosmovisão do novo adepto. O primeiro e mais importante deles é exatamente esse: próspero/transformado; outro é “libertação/conversão” (A. Corten, 1999b: 174). A pregação da IURD “cartografa o cotidiano” de seus ouvintes com uma série de “eixos semânticos ultrassimplificados: vazio/pleno, destruído/próspero, humilhado/respeitado, deprimido/feliz, angústia/paz, separado/unido, solidão/comunidade da igreja, etc”. (*Ibid.*: 170).

A espiritualidade da Bíblia não é ufanista, nem seguir a Cristo significa ter sucesso em todas as esferas da vida, como se por ser membro da Universal o adepto se visse transportado para o paraíso sem sair do mundo cão. Na verdade, trata-se de uma psicologia moldada pela ideologia consumista do capitalismo tardio, que dá à prosperidade material um cunho espiritual. O ouvinte atraído para a igreja Universal tem uma longa jornada purgativa pela frente até ser considerado plenamente integrado. Poderá se livrar dos demônios, constituir uma família feliz, ser amado pela (o) companheira (o), mas, se persistir na pobreza, se não se tornar um empresário de sucesso, empreendedor sagaz, sempre será considerado alguém destituído da fé necessária para vencer; pode até permanecer congregado, mas será apenas ouvinte, um a mais no meio da multidão que clama dia a dia pelo favor divino. “No contexto do capitalismo selvagem, a IURD proclama a salvação dos mais fiéis” (P. Freston, 1994a: 149).

O equivalente de conversão na IURD é a transformação externa do indivíduo; não em um indivíduo moralmente melhor como no pentecostalismo clássico, mas em alguém próspero. Por isso, aqueles que queiram ser considerados espirituais nos meios iurdianos trapacearão para adquirir esta dignidade, ostentando muitas vezes o que não têm, assumindo dívidas que não podem pagar (a questão moral fica em segundo plano). O sinal da salvação

mundana iurdiana realiza-se na prosperidade material; falar em línguas é para os fracos.

Notando certo cansaço do ouvinte quando ao monocórdio anúncio da libertação da doença e da miséria, revelado pela perda de 200 mil fiéis entre 2000 e 2010, a cúpula iurdiana resolveu inovar mais uma vez através da aposta na judaização da liturgia, que teve como ápice a construção do templo de Salomão, no coração do Braz, em São Paulo. O Dispensacionalismo da escatologia pentecostal e sua valorização da fundação de Israel no calendário profético, faz com que haja uma simpatia natural nesses meios por tudo o que tem origem no Judaísmo, a religião do povo escolhido e resgatado no final dos tempos. A IURD aproveitando a deixa, projeta a construção desse monumento em 2014, bem como a instalação de um sistema de peregrinação mística, à semelhança do templo da Boa Vontade em Brasília. Salomão é um poderoso símbolo na teologia da prosperidade. Ele foi o mais sábio e o mais rico de todos os mortais, erguendo um templo que leva seu nome a IURD quer reforçar sua condição de detentora das chaves da prosperidade e induzir a população a ir em busca dela.

2.c. Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD)

Tanto R. R. Soares (Igreja Internacional da Graça de Deus) como Valdemiro Santiago (Igreja Mundial do Poder de Deus), fizeram parte do clero da Universal, antes de fundarem suas próprias denominações. Soares foi um dos fundadores da Universal, junto com Edir Macedo, em 1977. Os problemas entre os dois existiam desde o início quando a mãe de Macedo servira como fiadora para o aluguel espaço onde funcionaria a igreja. Soares, que até então liderava os trabalhos, via sua influência diminuir pouco a pouco, devido também a outras ingerências de cunho teológico e administrativo, impostas por Macedo (G. Moraes, 2008: 83). Em 1980 ocorreu a inevitável separação. Um sínodo com os 15 pastores que a Universal tinha à época decidiu que Macedo

assumiria o comando; Soares não aceitou ser rebaixado e abandonou o barco. Naquele mesmo ano fundava a Internacional da Graça, abrindo templo na rua Lauro Neiva, em Duque de Caxias, no Grande Rio (Graça Music web site, 2008). Os dois raramente se falam desde aí, apesar de Soares ser casado com a irmã de Edir Macedo.

Seus projetos para a igreja não se compatibilizavam com os do cunhado. Macedo tinha uma visão mais internacional, Soares queria consolidar a obra primeiro no Brasil. No campo teológico os dois também tinham ênfases diferentes. O primeiro explorava a libertação e a prosperidade; o segundo, a cura e o evangelismo. Soares não concordava com a teologia da prosperidade de Edir Macedo. Para ele, a prosperidade significava a libertação da miséria, e não, necessariamente, riqueza (Ongrace— site oficial da IIGD, 2010). Tampouco pensava que ela apontava para o favor especial de Deus, como era a glossolalia para os pentecostais de primeira geração. Em 1984 cai nas mãos de Soares o livro de Kenneth Hagin, *O nome de Jesus*, fundamental para seu ministério de cura. Achou ali a “determinação”, que segundo sua cartilha, significa “ordenar [...] ao diabo que tire de nós suas garras e se retire de nossas vidas (sic), de nosso dinheiro e de nossa família” (R. R. Soares, Curso fé: 3). Percebe-se por aí que a manifestação da fé segundo R. R. Soares está diluída em todas as esferas da vida, e não está tão carregada de cifrões como na IURD.

De início essa doutrina era voltada para a ministração de cura aos forâneos, com o passar do tempo passou a ser senha da segunda bênção dentro da Internacional, a forma como os membros compartilhavam a mesma fé do missionário, na determinação da cura “em o nome de Jesus” (como ele costuma dizer em sua fórmula de repreensão do maligno), refletindo o que aprendera no livro de Hagin. A “determinação” e a confissão positiva são basicamente a mesma coisa. Significa que o crente tem que tomar cuidado com o que sai de sua boca, e tratar de declarar sempre o bem para si mesmo e para os seus. Falar de dúvidas, temores, doenças, ou de qualquer outro mal, atrai este mal. E

determinar ou confessar positivamente produz o resultado inverso. “Cria-se [, com isso] um círculo fechado que garante a afirmação pública do milagre” (P. Freston, 1994a; 147). Daí a segurança do missionário ao interrogar seu auditório depois de haver repreendido a doença, permitindo que os ouvintes se manifestem livremente sobre a cura de que foram objeto. Todos confessam a desaparecimento do caroço, da dor, do incômodo. A confissão positiva, assim, serve para exorcizar males, recomendar os curados à igreja como pessoas de grande fé, e, principalmente, recomendar o missionário aos de fora como grande obrador de milagres, investido com o poder proveniente de Deus.

A relação desses rituais com a magia é inegável, a confissão positiva uma espécie de esconjuração, posto que é assumido pelas pessoas que nela creem que a palavra possui propriedades mágicas, e que é capaz de alterar o estado das coisas. Ainda que se atribua o poder a Deus e se use a Bíblia para explicar a origem desse poder, a importância do texto sagrado na Internacional, tanto quanto na IURD, é algo secundário. Importa mais o carisma que o missionário detém e redistribui com sua palavra. Mas se a cura não ocorre, ele fica isento de culpa; a fé do doente deve ser sinérgica à do missionário para que a cura aconteça. Assim, de tal modo ele é o detentor do carisma, que ninguém pode ser ordenado ao ministério na Internacional senão por ele; e a formação teológica dos pastores da IIGD o tem como modelo, havendo, inclusive, uma disciplina de seminário da AGRADÉ (Academia Teológica da Graça de Deus) que tem por título “Histórias do missionário R. R. Soares” (G. Moraes, 2008: 99). Isso já deveria preocupar as lideranças da Internacional quanto ao futuro e à transmissão do carisma.

O missionário é um homem extremamente centralizador e cioso de sua autoridade. Sua exposição na televisão seguramente também é um fator que o favorece. Ele impõe sua presença em todas as mídias da igreja, gerando um culto à personalidade velado, que dá a ele o direito de atrair para si todas as decisões importantes. R. R. Soares costuma fazer aparições de surpresa nas

igrejas da IIGD, dirigir o culto, curar e abençoar o povo e em seguida desaparecer (G. Moraes, 2008; 101). Há até certa expectativa entre as lideranças locais quanto à sua aparição, o que cria a impressão de ubiquidade, conveniente ao seu estilo de liderança. A adoção do título de missionário pode ter relação com esse tipo de governo eclesiástico, adotado, provavelmente por inspiração em Paulo e McAlister.

O império midiático de R. R. Soares muito se assemelha ao da IURD. A IIGD possui, desde 1999, um canal de televisão de sinal aberto, a Rede Internacional de Televisão – RIT, que conta hoje com 4 emissoras próprias e mais de 170 retransmissoras, cobrindo um território de 120 milhões de potenciais espectadores (Wikipédia, Rede Internacional de televisão), o carro-chefe da programação é o Show da Fé, apresentando por R. R. Soares. Na comunicação impressa, destacam-se o *Jornal Show da Fé*, com tiragem de 1.7 milhões de exemplares, com editorial escrito pelo missionário (G. Moraes, 2008: 119); a *Revista Graça Show da Fé*, com 180 mil exemplares de tiragem (*Ibid.*); a revista *Turminha da Graça*, voltado para o público infantil, lançada em 2005, que, de forma muito generosa, pode-se dizer “inspira-se” na revista *Nosso Amiguinho* dos adventistas do sétimo dia. O braço fonográfico da IIGD é a gravadora Graça Music, fundada em 1999, que conta hoje com grande catálogo de cantores de alcance local (artistas da Igreja Internacional), nacional e internacional, com cantores com indicação para o Grammy latino (Graça Music, site); Nossa Rádio, fundada em 2002, pelo arrendamento de duas emissoras, uma no Rio e outra em São Paulo, hoje transmite sua programação para cidades de 11 estados do Brasil e até para o exterior (Flórida e Boston, nos Estados Unidos) (Wikipédia, Nossa Rádio).

Comparando a proposta midiática de R. R. Soares com a de Edir Macedo, percebe-se que o primeiro é menos pragmático que o segundo. O missionário não aceita programação e patrocinadores seculares, ainda que isto signifique baixo nível de audiência e de rentabilidade. A estratégia de Soares para constituir

“uma mídia genuinamente cristã” em contraposição à “mídia cristã secularizada” de Macedo, é dividir sua estratégia missiológica em duas partes: na RIT, com uma programação 100 % evangélica, mas com baixo nível de audiência; na Band, em horário nobre, com alto nível de audiência, veicula o Show da Fé e atinge talvez audiência que não seria possível na RIT, porque a Band chega em praticamente todos os lares (G. Moraes, 2008: 121 e 124). Se o objeto desses canais de televisão evangélicos é atingir novos nichos sociais e sustentar aqueles que já são da fé, as duas estratégias, a do bispo e a do missionário estão bem coerentes com a visão originária que tiveram. O bispo visa ao poder e à classe dominante, esperando que a Record algum dia seja a no. 1 no Brasil; o missionário ainda está atrelado a uma ética pentecostal mais antiga, que se contextualiza politicamente na separação programática entre o Estado e a Igreja. Ainda que as doutrinas e os métodos da IIGD sejam muito próximos aos da IURD, a eclesiologia de Soares ainda pertence à primeira onda, e está mais atrasada até do que a proposta de Manoel de Melo da Brasil para Cristo, que tinha sonhos de poder temporal.

Conclui-se por isso que, além do excesso de centralismo da figura do missionário, a defasagem de sua visão de igreja sem a compensação de uma forte base doutrinária, torna a Internacional da Graça de Deus forte candidata a nos próximos anos tomar assento junto a Brasil para Cristo no rol das igrejas pentecostais irrelevantes.

3. Igrejas marqueteiras de segunda geração

Até o início dos anos 90 nenhuma igreja tinha ainda, em larga escala, voltado a atenção para as classes médias urbanas. Além disso, dentro dessa mesma classe os jovens tinham se tornado mais acessíveis ao missionamento. Até a década de 1960 era fácil manter os jovens na religião da família, pois os filhos usualmente seguiam-na, já que era isso o que, socialmente, se esperava deles (J. C. Usunier e J. Stolz, 2016: 4). A partir desse tempo a regra se inverteu;

a expectativa social passou a ser a rebeldia, com os jovens sendo estimulados a mostrar maior autonomia, inclusive, para, divergindo dos pais quando o tema é religião. As igrejas marqueteiras de segunda geração são as igrejas que perceberam o potencial dessa nova categoria de pessoas: os jovens da classe média, para os quais a linguagem, o sistema de culto e a estética dos cristãos tradicionais, já não eram satisfatórios ou relevantes. São igrejas que nascem com a proposta de suprir este *gap* geracional, acentuado a partir da década de 90, quando o estilo *grunge* de vestir dos jovens destoava da indumentária careta dos evangélicos tradicionais de terno e gravata e vestidos; quando jovens habituados à guitarra, baixo e bateria, só conseguiam dormir ouvindo hinos à moda tradicional.

Quanto aos estratos sociais, a Congregação cristã já tinha reservado para si, na zona rural, duas classes socioeconômicas: a média baixa e os pobres (os ricos continuavam católicos); no ambiente urbano das grandes cidades Assembleia de Deus e Universal tinham se aplicado a ganhar a baixa classe média; e a Deus é Amor trabalhava entre os mais despossuídos; sobrando a classe média de profissionais liberais e yuppies sem assistência. Foi com vistas nesse nicho que surgiram as igrejas Renascer em Cristo e a Sara nossa Terra. Um público que queria um pentecostalismo mais *cool* e discreto, focado na prosperidade, porque por já disporem de bons planos de saúde, não tinha tanta necessidade dos milagres de cura. Os yuppies tinham sede de Deus, a adoração emocional dessas igrejas satisfazia essa necessidade; mas queriam também prosperar e consumir, com a ajuda de Deus. Não por casualidade a próxima geração de marqueteiras nasceu em São Paulo capital, e em Brasília, respectivamente; cidades com classes médias vigorosas.

Em geral, as marqueteiras dessa geração não divergem doutrinariamente das outras pentecostais mais antigas. Apenas têm uma estratégia missiológica diferente, já que voltada para uma classe socioeconômica diferente, e adotando sinais tribais diversos e ênfases ministeriais peculiares. Como a Universal,

valorizam a prosperidade e fazem uso da música e do louvor congregacional para levar seu público a experiências extáticas. A única diferença é a leniência com que encaram os problemas morais (especialmente os referentes ao sétimo mandamento), sendo mais parcimoniosos na aplicação da disciplina eclesiástica; e mais permissivos relativamente a pecados da vaidade.

3.b. Renascer em Cristo

A pioneira dessa linha de evangélicos e neopentecostais é a Renascer em Cristo, igreja fundada em 1986 pelo casal Estevam e Sônia Hernandes, na sala de estar de sua casa. A Igreja Apostólica Renascer em Cristo repete a história da Universal. Ascensão meteórica na década de fundação (anos 90), seguida de decadência na década seguinte, por uma série de reveses que a impactaram negativamente. O casal Hernandes tinha constantes problemas para equilibrar suas contas, porque suas despesas pessoais eram absurdamente altas, e o crescimento tipo bolha da igreja agravava a situação de desequilíbrio financeiro. A maioria dos templos eram alugados e dependiam de entradas regulares para serem mantidos em funcionamento. Ocorre que quando o casal atravessava certas turbulências financeiras, relacionadas às contas institucionais e pessoais, havia um efeito em cascata. Muitos locais de culto foram fechados por inadimplência no pagamento dos alugueis, organizações de apoio tiveram que encerrar atividades por problemas contábeis e administrativos, a exemplo da fundação homônima (depois reaberta).

A sistemática administrativa da Renascer sempre foi muito centralizada nos Hernandes. Todas as decisões saíam da família, todos os recursos iam parar em suas mãos, para daí serem redistribuídos. Todo o patrimônio da igreja está no nome de membros da família ou no de amigos e subordinados. O sucesso da igreja estava baseado completamente no carisma de ambos; a base doutrinária sempre muito frágil; nada que as outras neopentecostais não ensinem. Daí que, quando Sônia e Estevam começaram a ter problemas, a

Renascença também entrou em decadência. A prisão do casal Hernandez em 2007 foi um divisor de águas. Na ocasião tentaram entrar nos Estados Unidos, ocultando US\$ 56. 467 contrabandeados do Brasil (Isto é, 2016), porque não queriam ser enquadrados na lei que proibia evasão de divisas. E talvez ignorassem que os Estados Unidos exerciam o mesmo controle com o dinheiro que entra no país, com leis muito duras para desestimular a lavagem de dinheiro de traficantes de drogas. Ao o intentarem, fazendo uso de declaração de valores mentirosa, tentaram burlar o sistema jurídico norte-americano e isto é coisa muito séria por lá (F. M. de Sanctis, 2015: 59).

O fato teve grande repercussão no Brasil, gerando uma imensa retração nas receitas e abandono em massa de adeptos. Milhares saíram da igreja, de membros comuns a bispos e líderes. Daí em diante as dívidas não pararam de crescer, acompanhadas de problemas judiciais⁷. Além disso, uma série de fatos funestos ocorreram para tirá-los da rota ascensional. Em 2009, quando ainda cumpriam pena nos Estados Unidos, o telhado do templo em Cambuci, na capital paulista, desabou, matando e aleijando fiéis; a igreja até hoje recorre para não pagar indenizações⁸. No mesmo ano, o primogênito do casal e provável sucessor, o bispo Tid (Felippe Hernandez), teve uma parada cardiorrespiratória quando se submetia a uma cirurgia bariátrica (Isto é, 2016), vindo depois a falecer.

Em seu apogeu a Renascença chegou a possuir 1.500 templos e 2 milhões de membros, mas perdeu o ímpeto. Seguiu-se um tempo de dificuldades em que vem cedendo membros e bispos para as concorrentes neopentecostais,

⁷ O semanário citado faz questão de na matéria levar ao conhecimento público a ficha corrida do casal Hernandez: 110 processos por cobrança de aluguel de imóveis, telefone e títulos diversos (R\$ 12 mi); investigação do MP por lavagem de dinheiro por parte de empresas ligadas ao império Renascença, uma dessas empresas teria movimentado a astronômica cifra de R\$ 46 milhões, não declarados à receita federal; R\$ 7 milhões em dívidas com a Fazenda; processo por evasão de divisas e falsificação de documentos que rendeu a Estevam uma temporada em prisão na Florida; RGC Produções, dívida de R\$ 5 milhões em títulos protestados; a empresa FH (Felippe Hernandez), do filho do casal, devia R\$ 9 milhões à Fazenda; segundo o BC, entre os anos de 1998 e 2003, Estevam Hernandez gastou com cartão de crédito internacional US\$ 480,662, 62 (Época, 2008).

⁸ Em 2021 finalmente a justiça bloqueou as contas da Renascença, obrigando-os a pagar a indenização de família que perdeu ente querido. O embargo atingiu um valor que não é assim tão expressivo tendo em vista as entradas da igreja e a vida nababesca dos Hernandez: R\$ 931 mil. (Folha de São Paulo, 2021).

especialmente para a Mundial do Reino de Deus e Assembleias de Deus da ala progressista (Isto é, 2016). Hoje, segundo a lista de endereços que aparece no site da instituição, a Renascer tem atualmente 315 templos, a maior parte deles no estado de São Paulo (214 do total). Nos Estados Unidos, tem 1 em Nova Iorque e 3 na Flórida (Intervozes). E dos 2 milhões de membros estima-se que restem entre 100 e 300 mil membros, ninguém sabe ao certo, porque a igreja não expõe seus números.

O notável é que a derrocada da igreja é inversamente proporcional ao aumento de patrimônio da família Hernandez e de seus problemas com a justiça. Por causa das dívidas e para evitar o arresto de bens, a maior parte desse patrimônio está em nome de terceiros ou laranjas (Época, 2008). Segundo a mesma fonte, a carteira de negócios da organização é vastíssima: apartamentos, inclusive um salão de atos no icônico edifício Copan, no centro de São Paulo (com assentos para dez mil); a marca Gospel no Brasil, patenteada pela Renascer; a gravadora Gospel Records; a Rádio FM Gospel; Waves, produtora de CDs e shows; Editora Gamaliel; Gospel Wear, indústria de confecções; RGC produções; haras com 259 cavalos de raça, fazendas no interior de São Paulo, mansão em Boca Raton, litoral da Florida, etc (Época, 2008). Mesmo nos dias atuais de vacas magras, o salário da bispa ronda os cem mil reais e ela se desloca de São Paulo para seu haras e fazendas em um helicóptero de sua propriedade que vale R\$ 2.5 milhões (Isto é, 2016). Em resumo, aquilo que nos anos 90 eram a prova de seu carisma e eficiente chamariz para atrair novos adeptos e conservar os antigos, hoje é um modo de vida que põe em risco a sobrevivência da instituição (Isto é, 2016). Mas é impossível demovê-los de sua prodigalidade. A prosperidade e a ostentação são as marcas que revelam a eficácia de sua aliança com Deus. Restringir os gastos e adotar um estilo de vida mais módico é retroceder na fé e na confiança em Deus.

Pelo patrimônio já é possível perceber os carros-chefes do empreendimento Renascer em Cristo: a teologia da prosperidade e marketing

religioso. Esteve foi durante muitos anos marqueteiro profissional, gerenciando o departamento de marketing da Xerox do Brasil e da Itaútec, em São Paulo. Sua esposa, Sônia, era nutricionista e proprietária de uma loja de confeitarias. E assim seguiram cada um em sua especialidade na construção do império Renascer, empreendimento que parece não incomodar os adeptos, demonstrando a profunda ligação entre estas duas faces da mesma moeda. O marketing produz dinheiro e o acúmulo de dinheiro e propriedades é o maior de todos os marketings. Significa que a bênção do Todo Poderoso repousa sobre o eminente casal. O patrimônio e dinheiro acumulados são a maior prova da posse do carisma. Logo é simplista afirmar que os métodos da Igreja Renascer em Cristo são pura e simplesmente mercantilização da fé, ou charlatanice religiosa. As pessoas creem que precisam da ajuda divina para tocar seus negócios e creem que a repreensão do apóstolo ao gafanhoto devorador é um expediente importante para alcançar esse objetivo. O casal Hernandez é extremamente competente em levar o fiel a olhar a vida de maneira mais positiva, ensinando que se alguém faz um pacto com Deus, Ele é fiel para cumprir o pactado e pagar a fidelidade humana (nos dízimos, ofertas e votos especiais) com a abundância material.

A estratégia missionária da Renascer inicialmente esteve voltada para o público jovem e jovem adulto. Ela buscava dirigir sua mensagem à patricinha que gosta de roupa grife, e sempre está com os cabelos e a maquiagem impecáveis; ao *yuppy* ambicioso e empreendedor, com fome de consumo e sede de fortes emoções. Nesse tempo a Renascer tinha estratégias de evangelismo bem anticonvencionais, procurando contextualizar o evangelho para os jovens. Ela promovia em seus espaços lutas de boxe e jiu-jitsu, onde os contendores lutavam de peito nu e respeitosa e ouviam o sermão do pastor lutador, expondo sobre a luta espiritual; audições dançantes de reggae e 'heaven metal', cantadas com letras cristianizadas, batalhas de videogames, etc. (Cult Education Institute, 2009). O culto jovem da Renascer era na segunda-feira à noite. Era

“um extravagante show-culto” (Simon Coleman; Manuel A. Vásquez, 2017: 37), uma festa para os sentidos, no formato *showbusiness*: música de boa qualidade, coreografias, cores e brilhos de canhões de luzes, com belos jovens (menos de 27 anos) oriundos da classe média, que, nos primeiros anos, ocupavam nada menos que 80 % dos assentos das igrejas Renascer (Clayton L. Berg Jr.; Paul Pretz, 1996: 112). Tudo feito com visões em atrair o jovem para uma celebração da vida. Uma espécie de paraíso antecipado, cujo clímax era ter acesso à presença de Deus por meio de experiências extáticas. O apelo ao consumo é gritante e reverbera nos diversos produtos que a Renascer comercializa nas dependências dessas salas de cultos: camisetas com poesia evangélica e dizeres motivacionais, CDs, DVDs, livros, etc.

A Renascer amadureceu, assim como seu público, mas o modelo litúrgico dos primeiros tempos de certa forma permanece. A participação congregacional continua sendo o ponto alto dos cultos, porém o povo que levanta a mão para o alto enquanto louva, envelheceu. Os yuppies dos anos 90, hoje são empresários maduros tentando manter-se à tona no mundo dos negócios. Hoje eles são os donos das noites de segunda, quando os cultos voltados à teologia da prosperidade acontecem. As palestras do apóstolo Estevam para esse segmento são organizadas pela AREPE (Associação Renascer de Empresários e Profissionais evangélicos), que tem como objetivo fazer os participantes desenvolverem certas habilidades espirituais para os negócios: “sabedoria para vencer os problemas”, “capacidade para fechar negócio”, “estratégias sobrenaturais para a conquista de lugar de honra como empresário de sucesso” (C. T. Siepierski, 2003:130), e assim obter uma ascensão social segura, que agora passa a ser *locus* religioso.

Mas, os escândalos financeiros não dão trégua. Os bispos, mais afetados pela santa cobiça da teologia da prosperidade, frequentemente são tentados a cruzar a linha que separa Deus do diabo; e assim o fazem. A última notícia vem da alta cúpula da Renascer. A bispa Lenice L. São Bernardo foi acusada de

desviar 2 milhões dos fundos comunitários da igreja que presidia, segundo auditoria interna. Outros bispos estavam envolvidos, mas aceitaram a disciplina eclesíastica, e perderam suas credenciais, retornando à condição de meros ouvintes; a disciplina na Renascer consiste em rebaixamento, ninguém é desfraternizado. A bispa Lenice, que também é deputada por São Paulo, eleita com os votos da igreja, também é suspeita de rachadinha em seu gabinete, segundo denúncia de assessora (Portal do Senado, s. d.).

Parece não ter sido suficiente o salário de juiz que a bispa recebia (30 mil reais/mês) (Época, 2002). Ela e os Hernandes padecem do mesmo mal: um padrão de vida elevado (aquisição de joias, pagamento de diárias em hotéis e pagamento de um *flat* de luxo, onde mora em Moema, um dos bairros mais caros de São Paulo) (Portal do Senado, s. d.), e normas institucionais estreitas demais para sua escala de valores. Segundo a teoria de Merton, suas metas pessoais teriam sido mais importantes do que a honestidade. Além de se assenhorar do dinheiro da igreja (ou dos Hernandes), os outros pecados da bispa parecem não incomodar a cúpula da igreja. Como, por exemplo, a má-fé no cumprimento dos contratos com os proprietários dos imóveis que alugava para a igreja, já que ignorava os avisos de vencimento de contrato e aumento de aluguel (Portal do Senado, s. d.). Era coisa corriqueira nesse meio a contratação de alugueis com a ajuda de membros da irmandade que serviam como fiadores, muitos dos quais, quando eventualmente a igreja falhava em honrar seus compromissos, assumiam com seu patrimônio a dívida. A igreja e os Hernandes, legalmente não possuem nada; tudo está no nome de laranjas (Época, 2017), ou então em empresas da Renascer, como a Gamaliel Editorial, cuja verdadeira propriedade é do casal (Época, 2002).

A lista de desvios financeiros (lavagem de dinheiro, calote, desvio de recursos assistenciais, sonegação de impostos, uso de laranjas, etc.) dos ocupantes de altos postos hierárquicos na Renascer parecem não ser casos isolados, mas um padrão comportamental, cuja origem é o fato de a própria

teologia da prosperidade demandar de seus altos dignatários e da própria igreja, um crescimento financeiro muitas vezes incompatível com a realidade. Isso é esperado, pois a doutrina que pregam demanda deles mesmos que se apresentem rotineiramente diante da comunidade com as credenciais do carisma que alegam possuir, ou seja, precisam ostentar a abundância. Com isso, um dos elementos fundamentais do evangelicalismo norte-americano, o moralismo religioso, esboroa-se em terras brasileiras, ao serem combinados a teologia da prosperidade e o costume pátrio de enganar o governo e não dar muita importância para leis.

À parte disso, a condição chave dessa doutrina também se atesta pela própria matriz curricular dos cursos preparatórios da formação dos pastores da Renascer. Na Escola de Profetas (como Estevam designa esses cursos preparatórios), seus pastores são treinados para serem “gerentes de templos-filiais”; e o apóstolo os “instrui nas técnicas mercadológicas para a captação de adeptos e recursos” (C. T. Siepierski, 2003: 138). Com efeito, a principal meta do ministério Renascer é o financeiro. Cada pastor “precisa cumprir ambiciosa meta de arrecadação”, que varia de 3 mil reais nas igrejas do interior paulista “até 78 mil, nos pontos mais lucrativos” (Época, 2002). Em geral, os cultos têm dois momentos de coleta, depois da primeira coleta o tesoureiro informa o pastor quanto ao arrecadado, e a intensidade do segundo apelo vai depender de quanto tenha sido atingido (*Ibid.*). Tal como no sistema financeiro, quem extrapola sua meta tem bônus (*Ibid.*).

O Resultado desse tipo de ideologia religiosa não podia dar em outra coisa. Negócios mal feitos que beiram o estelionato; marketing religioso que se confunde com propaganda enganosa, pois muitas vezes as obras assistenciais mantidas servem apenas para arrecadação de mais dinheiro; apelos por doações que quase se transformam em extorsão; uma cúpula hierárquica que quase confunde fraternidade com formação de quadrilha, haja vista os muitos esquemas. Enfim, uma igreja que se preocupa mais com as demandas do

mercado do que com as do reino, porque não sabe mais distinguir as duas coisas. Tudo isso torna o futuro da Renascer nebuloso. Depois que desaparecerem seus dois grandes comunicadores, o apóstolo e a bispa, dificilmente a Renascer vai se manter relevante no cenário religioso nacional.

4. Igrejas marqueteiras de terceira geração

O que caracteriza as igrejas marqueteiras de 3ª geração é a diversidade e a fragmentação institucional. O ramo pentecostal é uma mostra disso. Os antigos ministérios da Assembleia de Deus (AD) (Vitória em Cristo, Madureira, Campinas, Bom Retiro, Belém, etc.) são acrescidos de muitos outros: AD Aliança Tempo de Colher, AD Bálsamo de Gileade Ministério Fonte de Vida, AD Ministério Derrota de Golias, AD Deus de Promessas, AD Alcançando Vidas, AD Ministério A Ressurreição, etc. (A. A. P. Brandão e A. L. Jorge, 2019: 85 e 86). Além disso, existe a proliferação de igrejas pentecostais fora do rol das AD, e que tampouco pertencem à ala das neopentecostais. Na cidade do Rio de Janeiro, de acordo com os dados da PROEX/UFF, sobre o mapeamento dos locais de culto dessa cidade, existem 1.627 pentecostais não assembleianos, enquanto os assembleianos são 1.498 (*Ibid.*: 86). Não é possível generalizar estes dados da cidade do Rio de Janeiro para o resto do país, mas é possível ver aí uma tendência. À parte disso, houve uma queda significativa do ramo pentecostal entre aqueles que se autodeclararam evangélicos⁹. Não se sabe exatamente para onde foram estes 0,8 decrescidos, se engrossaram as fileiras dos sem igreja ou migrou para essas novas igrejas não pentecostais, o que explicaria o grande número de novas denominações que surgiram nessa última década.

Outra tendência verificável pelo levantamento quantitativo no Rio é a própria designação escolhida para muitas dessas igrejas, idealizadas já com intenção marqueteira, posto que anuncia um produto simbólico e intenciona

⁹ O Censo de 2010 revelou que os pentecostais e neopentecostais eram 68 % dos evangélicos; em 2010, passaram a ser 60 % (C. Mariz e P. Gracino, 2013: 161).

um grupo específico de consumidores: “Igreja Pentecostal Pronto Socorro do Deus Vivo, Igreja Pentecostal Colhendo Milagres, Igreja Evangélica Ministério Plena Paz, Igreja Evangélica Rumo à Conquista, Igreja Jesus é o Milagre, Igreja Ministério de Poder e Unção, Igreja Semente de Fogo, etc.” (A. A. P. Brandão e A. L. Jorge, 2019: 88); algo que já se antecipava na geração anterior, como é exemplo, a igreja de Silas Malafaia, Vitória de Cristo.

Porém, apesar dessa imensa gama de manifestações religiosas que nasceram nas últimas duas décadas, no interior do efervescente campo religioso brasileiro, é possível identificar cinco grandes vertentes, que, melhor dito, são tendências, tendo em vista que a competição e o ecletismo fazem com que as novas igrejas estejam cada vez mais parecidas, plagiando as técnicas comunicativas umas das outras:

(A) uma vertente que é uma espécie de extensão da 3ª onda pentecostal, criada pela transumância dentro da própria seara pentecostal e neopentecostal, em que as questões doutrinárias perdem espaço e deixam o caminho livre para a migração religiosa, porque as pessoas seguem os líderes de maior carisma e estão sempre em busca de novidades. A Universal permanece como grande formadora e disseminadora de lideranças que, ao se autonomizarem, criam novas igrejas. Este é o caso da Igreja Apostólica Plenitude do Trono de Deus, fundada em 2007, pelo casal apóstolo Agenor e bispa Ingrid Duque. Ele egresso do trabalho ministerial na IURD, que, tendo ganhado notoriedade em programas de rádio e TV, decidiu criar sua própria igreja (IAPTD, site oficial). O casal parece ter adotado uma linha intermediária entre a Universal e as igrejas apostólicas que vem surgindo atualmente. Os métodos litúrgicos e homiléticos são da Universal, a linha teológica é mista, baseada no poder do ministrante, mas sem recorrer a novidades doutrinárias como as apostólicas. Segundo o site oficial, hoje a IAPTD conta hoje com 101. 320 membros e 72 templos em todo o Brasil, a maioria no estado de São Paulo (*Ibid.*). Na mesma linha proliferam as

assembleias de Deus progressistas, que adotaram um perfil denominacional neopentecostal e apostólico, distanciando-se da linha tradicional da 1ª onda.

(B) Outra vertente tipológica são as assim chamadas igrejas apostólicas, que começaram a proliferar a partir dos anos 2000. Graças à influência de escritores norte-americanos que defendem a continuidade não só do dom, mas também do ofício apostólico (P. Wagner, 1998: 20). Houve uma onda de adesões ao apostolado de igrejas mais antigas e o surgimento de novas congregações, todas adotando também um governo eclesiástico monárquico, sendo a direção da igreja entregue ao arbítrio desse homem, dotado de um carisma superior, com “qualidades sobrenaturais, sobre-humanas, ou pelo menos, extra-cotidianas, e não acessíveis a quaisquer outros” (M. Weber, 2002, p. 193). As juntas administrativas foram subtraídas do poder que antes detinham (P. Wagner, 1998: 20), passando a ser órgãos consultivos. A obtenção desse carisma nasce de especiais revelação e dotação de Deus, o que garante ao portador dessa palavra uma presidência com acatamento incontestável. Não admira que muitos desses apóstolos tenham se tornado com o tempo verdadeiros caudilhos políticos, a exemplo de César Augusto e Robson Rodovalho.

A história oficial da assim chamada “reforma apostólica no Brasil” começou em 2001, com a sagração de Valnice Milhomens, Arles Marques, Jeshar Cardoso e Mike Shea. Antes deles outros já haviam sido consagrados em conferências internacionais (Estevam Hernandez, Miguel Ângelo, René Terra Nova, Márcio Valadão). Hoje deve haver centenas, quiçá milhares de apóstolos no Brasil, e até instituições de ensino teológico que oferecem formação para o exercício do apostolado (Ministério César, 2019). Contudo, sua história já vinha se desenhando desde muito antes, porque grande parte dos primeiros apóstolos brasileiros já exerciam o ministério sob a égide de uma liderança espiritual mais modesta, e com o tempo foram adotando essa forma de governo. Robson Rodovalho (Sara Nossa Terra), César Augusto (Fonte de Vida) e Márcio

Valadão (Igreja Batista da Lagoinha) já vinham surfando na onda do Neopentecostalismo quando migraram junto com suas igrejas para o apostolado, que de resto, é muito mais fácil para a governança.

Outra característica dessas igrejas apostólicas é a adoção da igreja em células, programa que nasceu na Colômbia, por iniciativa de Cesar Castellanos, e logo transplantado para o Brasil, no início da década de 90, através de Valnice Milhomens e René Terra Nova. O ministério em células foi um forte impulso para a expansão das igrejas, graças à sua ênfase no evangelismo, mas também concorreu para o fortalecimento do apostolado contemporâneo. Os líderes de células eram gente de confiança dos apóstolos, e graças à mentoria espiritual, que escalona e subordina as relações, os apóstolos têm influência direta sobre cada membro de sua congregação, determinando nas mínimas coisas a vida do membro da célula, com quem se relaciona e como se relaciona (até mesmo a vida sexual dos acólitos).

A ênfase no carisma desses líderes e a fragilidade doutrinária dessas igrejas, faz com que todas elas se tornem muito parecidas, criando entre os apóstolos um ambiente de renhida disputa por notoriedade. Os apóstolos comportam-se como celebridades midiáticas, acumulando títulos acadêmicos e distinções nobiliárquicas em uma escala humanamente inimaginável. Buscando distinção, eles tendem a criar factoides biográficos e teológicos para justificar os respectivos apostolados. São muitos os exemplos do uso desse tipo de expediente, dos quais passamos a citar apenas alguns dos mais pitorescos:

(1) Márcio Valadão, da Igreja Batista da Lagoinha, apresenta-se diante da igreja, em todos os cultos, de terno, gravata e pés no chão, segundo ele por um voto de humildade.

(2) René Terra Nova, fundador e presidente do Ministério Internacional da Restauração (MIR), sediada em Manaus, é Apóstolo do Brasil e das Nações, Patriarca da Visão Celular no Modelo dos 12, comendador dessa e daquela ordem. René iniciou sua carreira ministerial na igreja Batista Memorial dessa

mesma cidade, de onde se retirou para fundar a citada igreja. É reconhecido por ser um dos pioneiros do ministério em células, que ele chama de G12, e por defender o retorno das festas judaicas ao calendário litúrgico cristão (Guiame.com.br, 2014). 5 mil pessoas se reúnem a cada semana para ouvir Terra Nova, e sua igreja, segundo suas próprias estimativas, conta hoje com 70 mil membros (Alba, 2017). Tem congregações localizadas em diversos estados da federação.

(3) Miguel Ângelo, fundador da igreja Cristo Vive, atualmente com mais de 56 mil membros. Apóstolo e bispo primaz da Missão Apostólica da Graça de Deus, membro da academia evangélica de letras e da ordem dos teólogos evangélicos da América Latina, Miguel Ângelo arroga-se possuir em seu currículo 39 títulos acadêmicos (Bereianos, 2008), dos quais a maioria é de doutorado (Ministério César, 2019). Além da longa lista de títulos, é conhecido por ensinar que aqueles que a Escritura chama de eleitos, foram, na verdade, anjos no plano celestial antes de encarnarem para viver neste mundo (M. A. Ferreira, s. d.: 4), tomando de empréstimo a anamnese platônica e mórmon, doutrina estranha ao pentecostalismo originário, que ele aprendera quando pastor da igreja fundada pelo missionário McAlister.

(C) As igrejas novipentecostais compõem este terceiro grupo que é o mais numeroso. Por novipentecostais entende-se aqui as congregações que se organizaram depois da trinca de ouro dos neopentecostais da 3ª onda: Universal, Internacional e Cristo Vive e demais com a mesma inspiração. (R. Mariano, 1999: 28-29); e após as igrejas marqueteiras de 2ª geração (Renacer, Sara Nossa Terra, Fonte de Vida, etc.). Há uma longa lista de igrejas de matriz pentecostal inovadora, seria impossível tratar de todas em uma investigação desse porte. Melhor nos atermos a alguns exemplos e às suas características básicas.

A primeira grande característica delas é a adoção litúrgica e teológica da Bênção de Toronto, para muitos estudiosos, “última fase do movimento

Pentecostal/Carismático” (M. M. Paloma, 1999: 363). Tudo começou em 1994, em uma das congregações da Vineyard Fellowship, mais precisamente, na que funcionava nas dependências do aeroporto de Toronto. Pastoreavam a igreja John Arnott e sua esposa Carol, ambos adeptos do Neopentecostalismo. A princípio foram influenciados pelo ministério de Benny Hinn, que se notabilizava por fazer, por meio de imposição de mãos, as pessoas “caírem no Espírito” (A. N. Lopes, 1996). Até que, em uma reunião em 20 de Janeiro de 1994, depois da imposição de mãos do pastor ministrante, as pessoas começaram a cair no chão e a rir e chorar descontroladamente. Até aí a igreja da Videira aceitou bem a nova unção, contudo, no ano seguinte, os animais resolveram também se manifestar. Os adoradores começaram a incorporar em suas manifestações extáticas, os sons peculiares a leões, vacas, águias e galos, etc. A igreja do Aeroporto foi desfraternizada pela Vineyard (*Ibid.*) e hoje a comunidade atende pelo nome de Irmandade Cristã do Aeroporto de Toronto. Ainda atrai multidões para seus cultos, embora a curiosidade dos visitantes tenha arrefecido, justamente porque, tendo se espalhado para o mundo, deixou de ser novidade.

É interessante como a própria manifestação extática é consoante com a tendência de singularização que se expande no mundo contemporâneo. Nas igrejas que adotaram a Bênção de Toronto os adoradores têm a liberdade de manifestar o êxtase da forma que lhe dê ao talante. A falta de parâmetro para manifestações espirituais entra em rota de colisão com o próprio texto sagrado em que se fundamentam esses cultos. Por exemplo, quando Paulo adverte aos coríntios sobre os perigos das manifestações extáticas sem freios, como era em seu tempo a glossolalia: “Se, pois, toda a igreja se congregar num lugar, e todos falarem em línguas, e entrarem indoutos ou infieis, não dirão porventura que estais loucos?” (I Co. 14: 23). Em suma, a Bênção de Toronto conflita com esse e com muitos outros textos em que o apóstolo concita os crentes à moderação e ao uso da liberdade com cuidado para não produzir escândalos (Rom. 12: 3,

Rom. 15: 1; I Cor. 6: 12, 8: 9, 10: 23; etc.). O descaso com que são tratados estes textos denota que já estamos atravessando a linha que separa o Cristianismo do que já não é cristão. A Escritura não é mais regra de fé e prática dessas igrejas e não se apresentam justificativas para essas exceções, como ocorre com as igrejas inovadoras do século passado. A longa lista de igrejas neófitas que adotaram a Bênção de Toronto indica que o Evangelicalismo brasileiro experimenta uma profunda transformação.

A justificativa para tudo hoje é o número de pessoas alcançadas, evangelizadas e salvas. A legitimação de um movimento religioso são a velocidade e os números. Se um movimento cresce rápido e arrebanha muita gente, então trata-se de uma obra movida pelo Espírito, de acordo com a lógica pentecostal; se ocorre o contrário, não tem a unção. Quaisquer outras considerações devem ser submetidas a esta lógica religiosa, que se combina em nossos dias com a racionalidade empresarial e capitalista. A busca por dons espirituais singulares acaba convergindo com estratégias de marketing que procuram incluir e atrair novas categorias sociais. Não admira que a importância da Escritura nestes ambientes esteja em descenso. Muitos de seus pastores têm apenas um ano de estudos em alguma escola bíblica pentecostal, mas essa formação precária é suficiente para sustentá-los no púlpito, porque as igrejas que pastoreiam padecem de baixa cultura religiosa. A rápida ascensão de evangélicos ao poder tem induzido as massas à conversão por efeito rebanho, semelhante ao que ocorreu quando o império romano transformou o Cristianismo em religião oficial.

A maioria das igrejas desta categoria tem pequenas congregações na periferia das grandes cidades, onde operam e prosperam graças às redes sociais, que são seu principal meio de proselitismo. São igrejas escassamente institucionalizadas, que por isso sofrem de grande flutuação de membros, não sendo incomum fecharem as portas antes de seu primeiro aniversário; também não estão consolidadas doutrinária e liturgicamente, o apóstolo que as dirige

inventa e desinventa doutrinas e práticas litúrgicas o tempo todo. Estão localizadas em locais temporários e precários; uma garagem serve de nave, de ordinário preenchida com cadeiras de plástico e com púlpito improvisado; a fachada está enfeitada com uma placa feita à mão. Mesmo o pregador é improvisado; o ocupante do púlpito é um egresso de outra igreja, desejoso de ver crescer seu próprio rebanho; ou então, é algum neófito que, tendo perdido o emprego, procura entrar no mercado religioso em busca da própria subsistência. A maioria sequer conta com registro de funcionamento na prefeitura (S. Fernandes, 2022: 134). Qual o público desse tipo de igreja? Aqueles deixados para trás, porque sua subcultura não se acomodava nos moldes da tradição evangélica do *establishment* religioso. No Rio de Janeiro, podem ser pessoas com problemas de toxicodependência ou ex-trafficância de drogas, jovens ligados à subcultura do *funk* carioca (S. Fernandes, 2022: 133). Em Salvador, pessoas anteriormente ligadas a cultos afro-brasileiros, jovens habituados a ouvir pagode baiano e outros ritmos axé, são atraídas para comunidades como a Igreja Pentecostal Jeová Sabaoth, também adepta da Bênção de Toronto, mas numa versão mais dançante. Em São Paulo, pessoas com os mesmos problemas das do Rio, mas tendo como subcultura o hip-hop e rap. Nessas igrejas a cultura religiosa pentecostal aparece bastante diluída quando se mescla com essas subculturas, gerando hibridizações que nem podem ser chamadas de sincretismo, pois muitas dessas mestiçagens culturais resultam de ecletismo, ou seja, são construções deliberadas, preparadas pela liderança para atrair um determinado público.

(D) As igrejas orgânicas são outro item deste cardápio. Apareceram nos últimos dez anos como reação às mega-igrejas e aos pastores-celebridades, pela necessidade reprimida de comunhão e inter-relacionamentos de melhor qualidade, deixados de lado pela combinação da teologia da prosperidade com o capitalismo tardio. A senha para essa demanda já vinha sendo dada nas mega-igrejas, pois a maioria delas funciona por meio de células. A necessidade atual é

a de formação de igrejas mais focadas no relacionamento e mais voltadas para o aprofundamento espiritual em reação à superficialidade dessas mega-igrejas. Muitas das micro igrejas no Brasil nasceram de grupos pequenos de estudo da Bíblia, que se separaram das grandes congregações originárias, como é o caso do Projeto 242, que pertence à Igreja Batista Memorial de Alphaville, em São Paulo, e a Comunidade da Villa, de matriz presbiteriana, também em São Paulo (TWHP, 2016). A tendência é que muitas outras dessas micro comunidades se formem daqui em diante, pois a maioria dos ‘desigrejados’ frequentam algum grupo pequeno de estudos bíblicos ou faz parte de equipes dedicadas a trabalhos sociais (E. Towns, Ed Stetzer e W. Bird, 2007), os quais também são os carros-chefes dessas comunidades.

(E) As assim chamadas igrejas *cool* (C. Rocha, 2021) nascem também por conta do aprofundamento do *gap* geracional. Hoje o *gap* não se restringe mais ao *ethos* liberal dos anos 60, pautado pela revolução dos costumes. As pessoas deixaram de ir à igreja desde a geração anterior. Muitos *millennials* de família católica, não estão mais afeitos aos ícones religiosos que faziam parte da vida de seus antepassados: crucifixos, arte sacra, terços, cerimônias religiosas, etc. (Vatican News, 2022); de semelhante modo, os jovens protestantes, estão pouco familiarizados com a Escritura, batismos e santas ceias, etc. Se os pais não são adeptos de alguma religião, no mundo dos *millennials* não tem espaço para religião institucionalizada. No Brasil, por causa da violência urbana, as opções da classe média são muito mais limitadas. Jovens *millennials* e adolescentes X e Y só conhecem do lado de fora do condomínio, a escola, o condomínio, o clube e o shopping. A maioria das igrejas foram construídas em outros tempos, seguindo outros modos de utilização do espaço. Por isso há hoje igrejas especializadas em *millennials* e púberes das gerações X e Y. Essas igrejas têm baixa adesão ao padrão formal protestante ou pentecostal, e tendem a reproduzir em seu ambiente elementos materiais de subculturas dos jovens visados; ainda que no aspecto moral, elas sejam tal qual as outras igrejas evangélicas e pentecostais.

Com o avanço tecnológico, o aprofundamento do *gap* entre as gerações ocorre cada vez mais rapidamente. A cada dez ou quinze anos uma nova linguagem e uma nova forma de pensar e de viver, surgem junto com alguma nova tecnologia da informação, sendo necessário adequar o formato de apresentação do evangelho a essas novas gerações informacionais. Pelo mesmo motivo dá-se a multiplicação de igrejas no mercado religioso; sempre surge uma nova Igreja para explorar esses nichos de consumidores específicos.

Um exemplo disso é a Igreja Evangélica Bola de Neve (doravante IEBN) que se especializou no público que ainda não se tornou ‘inta’ (ou seja, daqueles que ainda estão na casa das dezenas e das vintenas) (B. S. A. Dantas, 2010), oferecendo a eles produtos religiosos adequados a sua faixa etária. Nessa mesma linha atuam outras igrejas mais recentes e não menos ambiciosas, que tentam explorar o mesmo público jovem-juvenil. Trata-se da Igreja United, com sede na Barra da Tijuca, pastoreada por Joshua Adams, norte-americano que trabalha no Brasil como designer e fotógrafo, e esposa. O louvor é rock pauleira; os paramentos do pregador é estilo grunge, uma calça skinner rasgada e uma camiseta básica. A juventude se aglomera a sua frente enquanto ele ministra uma mensagem bíblica eivada de gírias e metáforas que falam de surf e shopping, mas com o objetivo de chegar finalmente ao ‘Jesus morreu por você e quer te salvar’. A Igreja tem três anos e já possui três unidades (O globo, 2017). O outro exemplo é a Igreja do Cinema (INC), que tem a sede da franquia em Curitiba (isto mesmo, é uma franquia). Feita para funcionar em cinemas, tem distribuição de pipoca e lanche e um sermão moderno, músicas do U2 e outras inovações. Ambas não fazem caso de piercing no nariz, tatuagem no rosto, calça rasgada, cabelo pintado de vermelho ou azul; nelas também não existe a encrenca de disciplina eclesiástica, bem como o uso de formalidades institucionais. No mais é igual. Sexo só depois do casamento, sem drogas lícitas ou ilícitas e estudo diário da Bíblia. Em suma, foram feitas para acolher o

público jovem evangélico que já se sente deslocado em meio ao rebanho de origem e já não se adapta àquela linguagem careta e à liturgia formalizada.

De todas essas a IEBN é a que se apresenta mais consolidada. Fundada em 1999 pelo apóstolo Rina ou Rinaldo L. Seixas Pereira, anteriormente ligado à Renascer, surfista de final de semana e marqueteiro por profissão. A Bola de Neve hoje conta com um total de 200 locais de culto (muitos deles fora do país) e tem mais de 60 mil membros (Isto é, 2018). A IEBN direciona seu trabalho de missionamento aos *millenials* da classe média alta nas grandes cidades do mundo, mantendo igrejas na Índia, Rússia (Moscou), Canadá, U.S.A. e Austrália (S. Fernandes, 2022: 133) e onde quer que uma cosmopolita cultura norte-americana prevaleça. De fato, é “mesclando rock, reggae, rap, com internet, surf e skate, e outros esportes radicais” com o Cristianismo (*Idem*) que a Bola de Neve consegue atrair seu público. Aliando a tudo isto a um estilo de pregação despojado e com um toque de autoajuda, usando uma prancha de surf como púlpito, Rina consegue passar a impressão de que é um jovem senhor rebelde. Contudo, isto não é real. Sua igreja é tão conservadora como as demais, e usa a divisão em células como forma de controlar os jovens, fazendo-os praticar um Cristianismo bem tradicional; tudo o que acontece com os membros da célula é com o conhecimento e o consentimento do líder de célula (Isto é, 2018). O serviço de culto pouco formalizado também oculta bem uma estrutura hierarquizada e de difícil penetração, por isso envolver-se em algum ministério na igreja ou nas células leva um tempo na IEBN. (TWHP, 2016).

6. Conclusão

A estrondosa expansão do Pentecostalismo parece ter encontrado seu ponto de acomodação. Concordando com Freston, acredito que existe um teto para o crescimento evangélico que já está quase sendo alcançado, devendo fixar-se em torno dos 35 a 40 % da população (P. Freston, 2010: 24). O que nos leva a pensá-lo é que, a partir de agora, a migração religiosa ocorre dentro do próprio

Protestantismo, com as pessoas trocando uma igreja pela outra. Obviamente, esta marca foi alcançada graças ao ímpeto midiático que começou com a terceira onda pentecostal, pela qual se criou no Brasil uma cultura gospel. Contudo, essa midiaticização do evangelicalismo brasileiro, paradoxalmente, também será responsável por estarem batendo nesse teto. O Protestantismo brasileiro para se tornar missiologizável adotou uma apresentação genérica que afetou profundamente sua essência.

O conceito de conversão sofre uma mutação profunda, e está hoje inserido em um processo de secularização, que a torna possível apenas em formato performático. Uma conversão menos marcada por sinais internos da ação divina: a iluminação interna, o convencimento pela voz do Espírito, o chamado para deixar os velhos hábitos; passando a ser mais reconhecida por sinais externos: glossolalia, exorcismos, manifestações de exaltação religiosa (Bênção de Toronto), mudança na condição socioeconômica, de acordo com a espiritualidade pentecostal e neopentecostal. A lógica desta guinada conceitual no Evangelicalismo é muito simples. Por conta de uma homogeneização cultural, via formação de um *ethos* evangélico, a conversão como sinal da ação de Deus no indivíduo torna-se indiscernível, não restando outra forma de visibilização senão por meio performático. E já se caminha para uma terceira fase nessa performatização da conversão, à medida que artistas midiáticos tendem a exibí-la para conseguir espaço nas mídias gospel.

Variando quanto ao grau, todas as denominações protestantes estão adotando esse tipo de missionamento. O campo midiático transmuda-se, assim, em campo religioso, a distinção sagrado-profano dá lugar à sacralização do profano, processo pelo qual os evangélicos ingressam em um vale-tudo missiológico que nada exclui: carnaval, programa de auditório, entrevistas, novelas, séries. Praticamente tudo o que existe em formato profano ganha uma contraparte evangélica, sob a alegação de propósito missionário. A verdade é que o velho ascetismo protestante está desaparecendo, dando lugar ao puro e

simples entretenimento, “como quase todo mundo” (M. N. Cunha, 2007, 146). Se o Evangelicalismo não cria uma verdadeira contraparte evangélica para a mídia (geralmente a programação tem qualidade artística piorada, consistindo em mera cópia), a própria leitura dos espectadores evangélicos encarrega-se de fazer a transformação do profano para o sagrado, como quando alguns telespectadores cristãos do seriado *Lost* percebiam Deus no misterioso sumiço das pessoas (arrebato?).

O Protestantismo, por meio da mídia, retorna ao espaço público, do qual esteve excluído, mas as consequências não lhe são completamente benéficas. À medida que a mídia gospel se apropria de formatos profanos da cultura e os impregna de conteúdos evangélicos, também reforça a indistinção entre as marcas teológicas confessionais. Com isto a lógica do missionamento também muda. Agora não existe mais a estratégia da persuasão, mas de presentificação (Pierucci, 2004). As denominações disputam o espaço midiático palmo a palmo, pois a racionalidade deste novo missionamento é: quem mais aparece, mais ganha adeptos. Infelizmente, neste novo contexto, o adepto não é mais o acólito, comprometido com as doutrinas e a programática da Igreja; é um transeunte que circula entre as estações-igrejas e se demora conforme lhe interesse. Mais ou menos como telespectador da televisão aberta ao zapear entre os canais disponíveis .

A lógica da presentificação traz consigo ainda a lógica do consumo para o missionamento, ou seja, uma relação de curta duração com seus conversos, uma relação cada vez mais fragmentária e com prazo de validade cada vez mais curto; com a qualidade do adepto caindo à categoria de espectador, o compromisso denominacional desaparecendo ou enfraquecendo-se. Neste contexto as fronteiras denominacionais ficam borradas e a tendência futura é que o Protestantismo e o Pentecostalismo devam tornar-se cada vez mais similares, adotando o formato de religioso genérico que se autodeclara evangélico, mais ou menos como o católico nominal. As preferências

individuais em relação a estilos musicais, que já ocorrem no mundo profano como definidores de identidade, devem ser a tônica também no mundo gospel. Os consumidores de música gospel deverão encaminhar suas escolhas de acordo com os estilos musicais apreciados e não mais de acordo com a filiação denominacional do performer.

No próximo censo talvez já se verifique novo crescimento dos ‘sem igreja’, passando a ser o novo grande rival dos protestantes-pentecostais o grupo dos ‘sem-religião’, que neste momento está a abocanhar nacos do Catolicismo, mas futuramente vai fazer estrago também nos evangélicos. À medida que o Protestantismo cultural se consolida e se cristaliza, o Protestantismo deixando de ser uma religião de conversão; as razões para sê-lo serão tão frágeis que deixar de sê-lo será também uma opção razoável. Ainda mais quando se percebe que o grupo dos ‘sem-religião’ no Brasil não é um grupo de ateus, mas de pessoas sem vínculo institucional, mas que mantêm crenças transcendentais e estão empenhados em algum trabalho social. Isto deve acontecer com cada vez mais frequência, à medida que o verniz cultural do Protestantismo for ficando mais tênue e os escândalos envolvendo figuras públicas protestantes tornem-se mais corriqueiros (P. Freston, 2010, 24)¹⁰. Os protestantes e pentecostais estão penetrando áreas perigosas, onde o poder e o dinheiro fazem da linha entre o certo e o errado uma débil fronteira. Para muitos, no showbusiness, esta fronteira tem deixado de existir de facto, não custa nada que daqui a pouco deixem de existir também de jure. A decadência dessas grandes instituições midiáticas deve fortalecer a fragmentação institucional já em curso.

Referências

Referências eletrônicas:

10 O Protestantismo-pentecostalismo por mais que assuma uma feição cultural e diluída sempre será mais vulnerável do que o Catolicismo quando o assunto são escândalos. Diferente desses, eles não têm a ancoragem sacramental para estabilizar as flutuações institucionais, provocadas por estes casos. Basta observar a estagnação que se apoderou da Igreja Universal depois que a onda de denúncias do mensalão em 2005 derrubou algumas figuras políticas que traziam o título de bispo.

- Alba – Assembleia Legislativa da Bahia (2017). “Alba concede comenda 2 de Julho ao apóstolo René de Araújo Terra Nova” (18/11/2017). Disponível em: <https://www.al.ba.gov.br/midia-center/noticias/27258> Acessado em: 15/05/2022.
- O antagonista (2022). “Por que o Republicanos não quer ser associado à Universal?” (16/02/2022) Disponível em: <https://oantagonista.uol.com.br/brasil/por-que-o-republicanos-nao-quer-ser-associado-a-igreja-universal/>
- Bereianos (2008). “Os apóstolos brasileiros contemporâneos” (05/05/2008). Disponível em: <https://bereianos.blogspot.com/2008/05/os-apstolos-brasileiros-contemporneos.html> Acessado em 10/05/2022.
- Cult, Education, Institute (2009). “Fight Nights and Reggae Pack Brazilian Churches” (15/09/2009) Disponível em: <https://culteducation.com/group/1116-rebirth-in-christ-church/17895-fight-nights-and-reggae-pack-brazilian-churches.html> Acessado em: 20/01/2021.
- Época (2002). “O paraíso do apóstolo” (27/05/2002). Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDR75958-5856,00.html> Acessado em : 13/05/2022.
- _____(2008). “As acusações contra o casal” (26/05/2008), *online*. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG76167-6009-452-4,00.html> Acessado em 02/03/2020.
- _____(2017). “Bem longe do paraíso” (24/08/2017). Disponível em: <https://epoca.oglobo.globo.com/especiais/EPOCA-1000/noticia/2017/08/bem-longe-do-paraiso.html> Acessado em 13/05/2022.
- Exame (2014). “Vinte coisas surpreendentes sobre o templo da Igreja Universal” (Julho, 2014). Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/20-coisas-sobre-o-enorme-novo-templo-da-igreja-universal/> Acessado em: 19/12/2018.
- Folha de São Paulo. (2005). “Paulista recebe hoje marcha evangélica” (26/05/2005). Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u109418.shtml> Acessado em: 25/08/2019.
- _____(2008). “Igreja compra espaço na Band e trava guerra na CNT” (11/12/2008). Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/ilustrada/2008/12/478164-igreja-compra-espaco-na-band-e-trava-guerra-na-cnt-diz-coluna.shtml> Acessado em (08/01/2021).
- _____(2021). “Justiça penhora contas da Renascer por dívida de R\$ 931 mil à vítima de desabamento”, (22/01/2021). Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/rogeriogentile/2021/01/justica-penhora-contas-da-renascer-por-divida-de-r-931-mil-a-familia-de-vitima-de-desabamento.shtml> Acessado em: 04/01/2021.
- Fórum (2020). “Saiba o que é o *The Send*, movimento ultraconservador dos EUA que Damaris trouxe para o Brasil” (26/08/2020). Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/2020/8/26/saiba-que-the-send-movimento-ultraconservador-dos-eua-que-damares-trouxe-ao-brasil-81374.html> Acessado em: 25/08/2021.
- O Globo (2012). “Censo: Igreja Universal perde adeptos e Poder de Deus ganha” (26/06/2012). Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/censo-igreja-universal-perde-adeptos-poder-de-deus-ganha-5345868> Acessado em 04/01/2019.
- _____(2017). “Igrejas diferentonas atraem jovens evangélicos” (26/06/2017). Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/igrejas-diferentonas-atraem-jovens-evangelicos-21516757> Acessado em 26/12/2018.
- Gospel Prime (2011). “Folha Universal chega à sua milésima unidade” (04/06/2011). Disponível em: <https://noticias.gospelprime.com.br/folha-universal-chega-a-sua-milesima-edicao/> Acessado em 04/01/2019.

- Graça Music. “R. R. Soares”. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20091125120911/http://www.gracamusic.com.br/artistas/janela.php?id=17&secao=bio> Acessado em 20/04/2020.
- _____. Site oficial. Disponível em: <https://www.gracamusic.com.br/gravadora/> Acessado em 12/05/2022.
- Guia me.com.br (2014). “Entrevista: Renê Terra Nova, apóstolo do MIR – Ministério Internacional da Restauração” (29/03/2014). Disponível em: <https://guiame.com.br/gospel/mundo-cristao/entrevista-rene-terra-nova-apostolo-do-mir-ministerio-internacional-da-restauracao.html> Acessado em 25/10/2020.
- Igreja Apostólica Plenitude do Trono de Deus. Site oficial. Disponível em: <https://iaptd.com.br/index.php> Acessado em 09/05/2022.
- Intervozes. Coletivo Brasil de Comunicação Social. “Igreja Renascer em Cristo”. Disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/show/renascer-em-cristo-church/> Acessado em: 13/09/2021.
- Isto é (2016). “O declínio da igreja da bispa Sônia” (21/01/2016). Disponível em: https://istoe.com.br/158676_O+DECLINIO+DA+IGREJA+DA+BISPA+SONIA/
- _____(2013). “O que a Bola de Neve quer esconder” (25/12/2013). Disponível em: https://istoe.com.br/340567_O+QUE+A+BOLA+DE+NEVE+QUER+ESCONDER/ Acessado em 26/12/2018.
- Ministério César. “Pequena história do movimento apostólico no Brasil” (01/04/2019). Disponível em: <https://www.ministeriocesar.com/2019/04/pequena-historia-do-movimento.html> Acessado em: 15/05/2022.
- Nova Vida, site oficial. “A biografia do bispo Robert McLister”. Disponível em: <http://www.novavida.com.br/nossa-historia/> Acessado em 04/01/2018.
- Ongrace (site oficial da Igreja Internacional da Graça (2010). “Prosperidade de Deus” (24/12/2010). Disponível em: https://ongrace.com/portal/?missionario_responde=prosperidade-de-deus-16244 Acessado em 20/08/2020.
- Pew Research Center (2018). “Eastern and Western Europeans Differ on Importance of Religion, Views of Minorities, and Key Social Issues” (Out, 29, 2018). Disponível em: <https://www.pewforum.org/2018/10/29/eastern-and-western-europeans-differ-on-importance-of-religion-views-of-minorities-and-key-social-issues/> Acessado em 23/03/2022.
- _____(2014). “Religion in Latin America: Widespread Change in a Historically Catholic Region”, Nov. 13, 2014. Disponível em: <http://www.pewforum.org/global-religious-landscape.aspx> Acessado em 19/03/2018.
- Portal do Senado. “Desvio de doações de fiéis provoca guerra santa na Renascer em Cristo”. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/318943/noticia.htm?sequencia=1> Acessado em: 13/09/2021.
- Superinteressante (2017). “Como os programas evangélicos ganharam as rádios e TVs do Brasil” (16/03/2017). Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/como-os-programas-evangelicos-ganharam-as-radios-e-tvs-do-brasil/> Acessado em: 15/08/2021.
- TWHP (The Word Has Power) (2022). “9 igrejas diferentes”. Disponível em: <https://www.thewordhaspower.com/9-igrejas-diferentes/> Acessado em: 10/05/2022.

- Uol. Ricardo Feltrin (2022a) “Advogados bloqueiam QR Code de TVs religiosas para receber dívidas” (02/05/2022). Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2022/05/02/advogados-bloqueiam-qr-code-de-tvs-religiosas-para-receber-dividas.htm> Acessado em 02/05/2022.
- _____ (2022b). “Exclusivo: Band aciona Igreja Universal e alega calote: igreja reage e nega” (12/04/2022). Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2022/04/12/exclusivo-band-aciona-igreja-universal-por-calote-igreja-reage.htm> Acessado em 02/05/2022.
- Vatican News (2022). “Menos vocações sacerdotais e religiosas no Brasil preocupa comissão da CNBB” (10/05/2022). Disponível em:
- Veja (2017). “Detalhes exclusivos do templo de Salomão, nova sede da Igreja Universal”, Junho, 2017, *online*. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/templo-de-salomao-igreja-universal/> Acessado em: 19/12/2018.
- Veja São Paulo (2016). “Igreja Mundial do Poder de Deus, o templo do caos” (Janeiro, 2016), *online*. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/caos-igreja-mundial/> Acessado em: 24/12/2018.
- Wikipédia. “Nossa Rádio”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Nossa_R%C3%A1dio Acessado em: 11/05/2022.
- _____. “Rede Internacional de Televisão”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_Internacional_de_Televis%C3%A3o Acessado em 13/05/2022.
- _____. “Rede Mundial”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_Mundial Acessado em: 30/02/2022.
- _____. “Templo da glória de Deus”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Templo_da_Gl%C3%B3ria_de_Deus Acessado em 24/12/2019.
- _____. “Templo de Salomão (IURD)”. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Templo_de_Salom%C3%A3o_\(IURD\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Templo_de_Salom%C3%A3o_(IURD)) Acessado em 24/12/2018.

Obras e artigos:

- ANTONIAZZI, Alberto *et al.* (1994). *Nem anjos nem demônios. Interpretações sociológicas do Pentecostalismo*, Petrópolis, Vozes.
- BERG Jr., Clayton L.; Paul PRETZ (1996). *Spontaneous Combustion. Grass-Roots Christianity, Latin American Style*, Pasadena, CA, William Carey Library.
- BORELLI, Viviane (2010). “Dispositivos midiáticos e as novas “formas” do fenômeno religioso”. In Viviane Borelli. *Media e Religião*, nestas referências.
- _____. (org.) (2010). *Media e Religião. Entre o mundo da fé e o do fiel*. Rio de Janeiro, E-papers.
- BOWLER, Kate (2013). *Blessed. A History of the American Prosperity Gospel*, New York, Oxford University Press.
- BRANDÃO, André A. P.; Amanda L. JORGE (2019). “A recente fragmentação do campo religioso no Brasil: em busca de explicações”, *Revista de Estudos Sociais*, no. 69, Julho (1), pp. 79-90.
- CAMPOS. Leonildo S. (2000). *Teatro, templo y Mercado. Comunicación y marketing de los nuevos pentecostales en América Latina*, Eduardo T. Pánik, Quito, Abya-Yala.
- CERQUEIRA, Cláudia (2021). “Igreja como partido. A relação entre a Igreja Universal do Reino de Deus e o Republicanos”, *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 36, no. 107, pp. 1-20.

- COLEMAN, Simon; Manuel A. VÁSQUEZ (2017). “On the Road: Pentecostal Pathways through the Mega- City”. In David GARBIN; Anna STRHAN (eds.). *Religion and the Global City*, London, Bloomsbury.
- CORTEN, André (1999a). *Pentecostalism in Brazil. Emotion of Poor and Theological Romanticism*, London, MacMillan.
- _____ (1999b). “Pentecôtisme et néopentecôtisme au Brésil”, *Archive des Sciences Sociales des Religions*, no. 105, pp. 163-183.
- CUNHA, Magali do N. A explosão gospel, Rio de Janeiro, Mauad/Mysterium, 2007.
- CUNHA, Cristina V. (2017). “Religião para salvar: religião, media e democracia no Brasil contemporâneo”, *Antropolítica*, no. 42, 1º semestre, pp. 199 a 235.
- DANTAS, Bruna, S. A. (2010) “A dupla linguagem do desejo na Igreja Evangélica Bola de Neve”. In *Religião e Sociedade* (Rio de Janeiro, 30 (1), pp. 53-80.
- FERNANDES, Silvia (2022). *Christianity in Brazil. An Introduction from a Global Perspective*, London, Bloomsbury.
- FERREIRA, Miguel Ângelo da S. (s. d.). *Crescendo em Graça*, Rio de Janeiro, Artes Kírios.
- FRESTON, Paul (1993). *Protestantismo e política no Brasil: da constituinte ao impeachment*, Tese de doutoramento, Campinas, Unicamp.
- _____ (1994a). “Congregação Cristã, Quadrangular, Brasil para Cristo e Deus é Amor”. In Alberto Antoniazzi *et al.* *Nem anjos nem demônios*, nestas referências.
- _____. “As duas transições futuras: católicos, protestantes e sociedade na América Latina”. *Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião*, ano 12, no. 12, Outubro, 2010, pp. 13-30.
- _____ (1994b). “Igreja Universal do Reino de Deus”. In Alberto Antoniazzi *et al.* *Nem anjos nem demônios*, nestas referências.
- _____ (1995). “Pentecostalism in Brazil: A Brief History”, *Religion* 25, no., pp. 119-134.
- JOHNSON, Jessica (2017). “Megachurches, Celebrity Pastors, and the Evangelical Industrial Complex”. In Bruce D. FORBES; Jeffrey H. MAHAN (eds.). *Religion and Popular Culture in America*, Oakland, CA, University of California Press.
- LEHMANN, David. (1996). *Struggle for the Spirit: Religious Transformation and Popular Culture in Brazil and Latin America*, Cambridge, Polity Press.
- LOPES, Augustus Nicodemus (1996). “Entendendo a bênção de Toronto”, *Ultimato*. Disponível em: http://thirdmill.org/portuguese/20288~9_19_01_10-03-56_AM~Entendendo_a.html Acessado em: 28/12/2018.
- MARIANO, Ricardo (1995). *Neopentecostalismo: Os pentecostais estão mudando*, São Paulo, USP, tese de mestrado em Ciências Sociais.
- _____ (1996). “Os neopentecostais e a teoria da prosperidade”, *Novos Estudos* (CEBRAP), 44, março, pp. 24-46.
- _____ (1998). “Neopentecostalismo: Novo modo de ser pentecostal”. In Márcio Fabri dos ANJOS (ed.). *Sob o fogo do Espírito*, São Paulo, Paulinas.
- _____ (1999). *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*, São Paulo, Edições Loyola,
- MARIZ, Cecília L. (2001) “Estudo de caso na Cidade do Rio de Janeiro. Católicos da libertação, católicos renovados e neopentecostais”, *Cadernos Ceris*, ano 1, no. 2, Outubro, pp. 17-42.
- MARIZ, Cecília L; GRACINO Jr., Paulo (2013). “Os pentecostais no censo de 2010”. In: Renata MENEZES; Faustino TEIXEIRA (Orgs.). *Religiões em movimento: o censo de 2010*. Petrópolis, Vozes, p. 11-21.
- MORAES, Gérson L (2008). *A força midiática da Igreja Internacional da Graça de Deus*, Tese de Doutorado, Puc São Paulo.

- ORO, Pedro A. (1992). “Podem passar a sacolinha: Um estudo sobre as representações do dinheiro do Neopentecostalismo brasileiro”, *Cadernos de Antropologia*, no. 9, pp. 7-44.
- _____. (1996). *Avanço pentecostal e reação católica*, Petrópolis, Vozes.
- PALOMA, Margaret M. (1999). “The Toronto Blessing in Postmodern Society: Manifestations, Metaphors and Myth”. In Murray W. DEMPSTER; Byron D. KLAUS; Douglas PETERSEN (eds.). *The Globalization of Pentecostalism: A Religion Made to Travel*, Carlyle, U.K., Regnum Books.
- PENKAL, Sandra (2020). *A felicidade como produto do marketing religioso no mercado de bens simbólicos: um estudo sobre o modelo comunicacional da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD)*, Unip, tese de doutorado em comunicação.
- PIERUCCI, Antonio F. (2004) “Religiosidade, racionalização e desencantamento”, curador Milton Lahuerta, Rede Cultura, 2004, gravado em 11/05/2004. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vwLn1l-> Acessado em 30/07/2019.
- ROCHA, Cristina (2021). “Cool Christianity. The Fashion-Celebrity-Megachurch Industrial Complex”, *Material Religion*, vol. 17, issue 5, pp. 580-602.
- de SANCTIS, Fausto M. (2015). *Churches, Temples and Financial Crimes. A Judicial Perspective of Abuse of Faith*, Switzerland, Springer.
- SIEPIERSKI, Carlos T. (2003). “Fé, marketing e espetáculo. A dimensão organizacional da Igreja Renascer em Cristo”, *Civitas: Revista de Ciências Sociais*, Porto Alegre, vol. 3, no. 1, pp. 127-146.
- SOUZA, André R. de (2008). “As investidas católicas na mídia”, *Rever*, set., pp. 27-45.
- TOWNS, Elmer; Ed STETZER; Warren BIRD (2007). *11 Innovations in the Local Church. How Today's Leaders Can Learn, Discern and Move into de Future*, Minneapolis, MN, Bethany.
- USUNIER, Jean-Claude; Jörg STOLTZ (eds.) (2014). *Religions as Brands. New Perspectives on Marketization of Religion and Spirituality*, Abingdon, U. K./New York, Routledge.
- WAGNER, C. Peter (1998). *The New Apostolic Churches*, Ventura, CL, Regal Books.
- WEBER, Max (2002). *Economía y Sociedad. Esbozo de Sociología Comprensiva*, José M. Echavarría, Juan R. Farella, Eugenio Ímaz, Eduardo G. Maynez y José Ferrater Mora (trads), México, Fondo de Cultura Económica.
- WILLAIME, Jean-Paul (1999). «Le Pentecôtisme: contours et paradoxes d'un protestantisme émotionnel», *Archives des Sciences Sociales des Religions*, no. 105, pp. 5-28.