

FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO
I SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

**NEOPENTECOSTAIS E MÍDIA: UM ESTUDO DE CASO NA IGREJA BOLA DE
NEVE**

Fabiana Oliveira dos Santos - [fabi_oliveira3@hotmail.com](mailto:fab_i_oliveira3@hotmail.com)

SÃO PAULO
NOVEMBRO DE 2009

NEOPENTECOSTAIS E MÍDIA: UM ESTUDO DE CASO NA IGREJA BOLA DE NEVE

Fabiana Oliveira dos Santos - fab_i_oliveira3@hotmail.com

Resumo: O objetivo do presente estudo é analisar o uso da mídia empreendido pela igreja evangélica Bola de Neve e suas conseqüências para a manutenção e construção da identidade dos fiéis em suas igrejas. A principal questão que motivou esse trabalho e que é sua hipótese principal é a de que a mídia pode ter um papel preponderante não só na conquista de novos fiéis, mas também na migração de evangélicos tradicionais e pentecostais para as igrejas neopentecostais. Foram realizadas oito entrevistas qualitativas, com roteiro semi-dirigido, sendo a maioria perguntas abertas e algumas fechadas que buscavam identificar o perfil sócio-econômico, a presença ou não de elementos da Teologia da Prosperidade (marca registrada do movimento neopentecostal brasileiro) no discurso da igreja e a importância da mídia no cotidiano dos fiéis. Foi possível identificar que a mídia na Bola de Neve divide-se em três funções básicas – informação, construção da identidade e ampliação das redes sociais – cujo papel não se restringe apenas a atração de novos membros, mas sim na sua manutenção e inserção nas redes sociais que permeiam o universo da igreja. Por fim, a análise busca identificar se a igreja evangélica Bola de Neve se encaixa no perfil do neopentecostalismo brasileiro ou se enquadra numa nova modalidade de pentecostalismo relativamente liberal.

Palavras-chave: mídia, neopentecostalismo, Bola de Neve.

1. Introdução

Segundo o Censo 2000 realizado pelo IBGE, os evangélicos constituem o segundo maior grupo religioso no Brasil, sendo os pentecostais e neopentecostais cerca de 2/3 da população evangélica do país¹. Segundo dados do Instituto de Estudos da Religião², os neopentecostais crescem cerca de 5,18% ao ano, o que significa um crescimento maior que o da população brasileira no mesmo período (em torno de 1,93% ao ano). Os neopentecostais deram um novo significado ao antigo estigma que carregavam os “crentes” nas décadas de 70 e 80, tendo incorporado características da cultura de massa e do mundo corporativo em seus discursos, além de participar ativamente da política, com bancadas significativas no Congresso e no Senado. Entender como eles pensam, agem e constroem seus modos de vida é uma necessidade latente para os antropólogos atuais.

¹ O Censo 2000 não separou pentecostais e neopentecostais. Apenas diferenciou evangélicos tradicionais de evangélicos pentecostais.

² Disponível em www.iser.org.br

É necessário tentar compreender a relação existente entre religião e sociedade para entender alguns fenômenos contemporâneos, para isso, é preciso levantar algumas questões, tais como: há alguma preocupação específica com os jovens? Existe algum marketing para trazerem fiéis a essas igrejas? O motivo pelo qual os antigos se convertiam ao protestantismo ainda é o mesmo dos novos protestantes? Será que é possível estabelecer uma relação entre mídia e religião? Será que o freqüentador da igreja Bola de Neve se reconhece enquanto neopentecostal? Há de fato uma homogeneização do conceito de evangélico ou é possível identificar diferentes identidades dentro dos grupos classificados como neopentecostais?

Em 1999, surgiu a Bola de Neve, cujo nome reflete a visão de seu fundador, apóstolo Rinaldo Pereira: “como uma bola de neve começa pequena e vira uma avalanche, assim será este ministério”. Começou tímido, com reuniões em lojas de surf, academias de artes marciais e na beira da praia, aos poucos, foi ampliando o número de adeptos e hoje é um dos expoentes do movimento neopentecostal no Brasil, com núcleos nos Estados Unidos e Austrália. Estima-se que entre 2003 e 2005, a Bola de Neve tenha passado de 250 para três mil membros, a grande maioria com idade entre 15 e 30 anos³. Atualmente, a igreja conta com 129 templos. Suas principais características são: a não-formalidade nas pregações, a liberalização do vestuário, estilo voltado para o público surfista e a realização dos cultos em células.

Esta pesquisa tem o objetivo de identificar quais os principais recursos de mídia utilizados pela Bola de Neve e qual o papel que eles representam na vida cotidiana dos fiéis. Como esse investimento da igreja é ressignificado e inicia o processo de construção de uma nova identidade para os membros da igreja. Entendem-se como recursos de mídia os principais instrumentos utilizados pela igreja Bola de Neve para sua divulgação: revistas, panfletos (flyers), adesivos, sites, Cds, DVDs e e-mails.

Para o embasamento teórico deste estudo foi utilizado alguns sociólogos que trataram do assunto da mídia e seus impactos sobre a sociedade, como Pierre Bourdieu, Habermas e John Thompson. Com relação ao movimento neopentecostal foram utilizados o teólogo Paulo Romeiro e o sociólogo Ricardo Mariano. Para avaliar as questões supracitadas, além da observação participante em seis cultos – presenciais e célula – foram realizadas oito entrevistas qualitativas, com duração de 7 a 15 minutos cada. Dos 8 entrevistados, 4 são homens e 4 mulheres. As idades variam entre 23 e 56 anos. Com relação ao perfil sócio-econômico, seis possuem renda familiar mensal entre 5 e 10 salários

³ Paulo Romeiro. op. cit

mínimos e os outros dois de 3 a 5 salários mínimos. Todos têm ensino médio concluído e já cursaram ou cursam ensino superior/técnico.

No dia 14/10/2009 - dia da reunião em célula⁴ - foram realizadas seis entrevistas estruturadas, com duração de 7 a 15 minutos cada. Após a aplicação das entrevistas, foi realizada uma espécie de grupo focal, onde os membros da Bola de Neve discutiram, sob minha mediação, sobre movimento neopentecostal e mídia. No mês de setembro de 2009 houve duas entrevistas, com duração de aproximadamente 50 minutos cada. A primeira permitiu a obtenção de mais informações sobre a estrutura midiática da igreja Bola de Neve, e a outra trouxe o ponto de vista do fiel acerca das novas mídias utilizadas pela igreja. O roteiro foi semidirigido, pois à medida que o questionário era aplicado, novas questões iam surgindo e modificavam o rumo da pesquisa. Havia 17 perguntas, algumas abertas e outras fechadas, o que facilitou a dinâmica da entrevista.

Uma das preocupações deste trabalho é descobrir se na programação da igreja Bola de Neve existem elementos da Teologia da Prosperidade que servem como atrativos para novos fiéis e se isso pode ser visto como uma das peças que ajude a explicar o grande aumento no número de membros dessa igreja.

2. Desenvolvimento

2.1 Entendendo o pentecostalismo brasileiro:

Podemos dizer que no Brasil houve três ondas do movimento pentecostal: a primeira, em 1910, a segunda veio em meados de 1950 e a terceira vem no final da década de 70.

A primeira onda foi o que alguns autores chamaram de **pentecostalismo clássico**, a saber: alguns missionários pentecostais convertidos nos Estados Unidos, pelo movimento chamado Avivamento da Rua Azusa aqui chegaram e fundaram as igrejas Congregação Cristã e Assembléia de Deus, que tinham como principais características o anticatolicismo, a glossolalia (dom de línguas) e o sectarismo religioso. Pregavam o triunfo do espírito sobre as paixões mundanas. Para os pentecostais deste período, o foco da pregação estava na necessidade de isolamento do mundo para receber a salvação eterna. Esse isolamento se manifestava na aplicação de regras que orientam a vida dos fieis em diferentes aspectos,

⁴ Nome dado a reuniões realizadas em casas, salões, universidades, com um grupo menor de pessoas, visando integrar os membros e facilitar o convite de outras pessoas que normalmente não iriam a grandes igrejas por se sentirem coagidos. Para exercer qualquer função na BN, é necessário freqüentar uma célula há pelo menos um ano.

chamadas de usos e costumes⁵. Na época de sua chegada, as igrejas abarcavam principalmente os setores sociais mais baixos e com menor nível de escolaridade, pois estavam mais propensos a aceitar as condições impostas pelas igrejas, tendo como alvo a gratificação da salvação eterna, desfrutável no paraíso celestial. Não esperavam algum tipo de recompensa terrestre, pelo contrário, aceitavam pacificamente suas condições materiais, entendendo que as dificuldades que passam no mundo são colocadas por Deus para testar a sua fé e confirmar sua capacidade em conquistar um lugar no céu. Com o passar do tempo, algumas dessas igrejas, como a Assembléia de Deus⁶, adaptaram suas mensagens a nova realidade, principalmente no que tange aos usos e costumes – regras que orientam a vida íntima e social de seus membros.

Alguns anos mais tarde surgiram outras denominações que formaram a segunda onda do pentecostalismo nacional, chamada de **deuteropentecostalismo**. Em meados da década de 50, surgiram as igrejas O Brasil Para Cristo (1955), Quadrangular (1953), Deus é Amor (1962) e Casa da Benção (1963) que, movidos pela doutrina da cura divina, investiram em comunicação de massa – rádio - e na pregação itinerante como estratégia de evangelização. A pregação dessas igrejas alcançava principalmente os estratos mais pobres da população nas grandes metrópoles, como é o caso de São Paulo e Rio de Janeiro. Nesse momento, teve início o processo de fragmentação do cenário pentecostal no Brasil, pois surgia uma série de novas igrejas pentecostais. Através do discurso baseado na cura divina, da pregação para as multidões e do constante uso do rádio, foi possível alcançar maior visibilidade social e chamar a atenção para as mudanças que aconteciam no cenário religioso brasileiro. A estratégia deste momento pentecostal era principalmente aproximar as pessoas de Deus através da cura divina. Como os eventos não comportavam mais a imensa quantidade de pessoas, as reuniões não aconteciam apenas nos templos mas também em estádios, praças, cinemas e teatros.

Entre o pentecostalismo clássico e o deuteropentecostalismo existe uma ligeira diferenciação, pois há uma flexibilização nos usos e costumes e uma ênfase no dom da cura divina. Importante assinalar que um dom não anula o outro, pelo contrário, podem operar simultaneamente.

⁵ Cada igreja possui uma doutrina, que é o conjunto de normas que orientam a vida dos fieis. Para as mulheres é proibido cortar o cabelo, pintar as unhas, fazer depilação e usar calça comprida. Para os homens, não é permitido deixar a barba crescer. Em algumas igrejas, como a pentecostal Deus é Amor, não é permitido assistir televisão, pois segundo David Miranda, é a “imagem da besta”. Mais informações sobre a doutrina da igreja Deus é Amor: MARIANO, 2005, p. 196

⁶ A Assembléia de Deus possui várias igrejas que modificaram algumas antigas regras e passaram a ser “renovadas”, mesmo mantendo o nome Assembléia de Deus, tem autonomia para gerir suas doutrinas, como é o caso do ministério Bom Retiro (Ass. De Deus do Bom Retiro) e da Ass. De Deus Betesda. (MARIANO, 2005, P.28)

Houve um intervalo de tempo de aproximadamente vinte anos até que começasse a terceira onda ou o movimento **neopentecostal**. Um marco para o início desse período foi a criação da Igreja Universal do Reino de Deus, em 1977, da Internacional da Graça de Deus, em 1980, a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, em 1976 e a Renascer em Cristo, em 1986. Também chamado pelos autores Ricardo Mariano, Paulo Romeiro, Antônio Flávio Pierucci e Reginaldo Prandi de *pentecostalismo autônomo*, *isopentecostalismo*, *pentecostalismo neoclássico*, *pós-protestantismo*, *pós-pentecostalismo*, *pentecostalismo crioulo*, *pentecostalismo mestiço*, *protestantismo sincrético* e *ultrapentecostalismo*, que apontam como características principais desse movimento: a guerra espiritual contra as forças do mal, a Teologia da Prosperidade (crença de que o cristão deve alcançar a prosperidade material e física nesta terra, como sinal da benção de Deus sobre a sua vida), o investimento maciço em meios de comunicação de massa, o uso intensivo de técnicas de marketing e a liberalização de usos e costumes.

É importante observar que a principal diferença dos neopentecostais em relação aos evangélicos pentecostais está no fato de que a pregação do primeiro foca a possibilidade de alcançar felicidade neste mundo através da prosperidade material e física, afastando-se da concepção pentecostal clássica, que rejeita os prazeres mundanos e aceita as condições impostas pela vida como dificuldades colocadas por Deus, tendo como alvo a salvação eterna e os prazeres celestiais. Nesse sentido é possível afirmar que os neopentecostais abandonam a antiga concepção de rejeição do mundo e agora buscam a sua afirmação, pois desejam sem culpa as coisas que antes eram proibidas, como melhores condições financeiras. Esses pressupostos estão colocados na Teologia da Prosperidade, cujo histórico é dado abaixo.

2.2 Teologia da Prosperidade

Para falar em neopentecostalismo é necessário entender o conceito dessa teologia que é amplamente difundido pelos neopentecostais no Brasil. A partir dos anos 70 surgem as primeiras influências norte-americanas que tratam deste tema, como o televangelista Oral Roberts que, baseado nas obras de Essek William Kenyon e Kenneth Hagin sobre a doutrina da Confissão Positiva, criou o conceito de “vida abundante” e a promessa do retorno financeiro sete vezes maior que o valor ofertado⁷. A partir daí surgiram uma série de pregadores que difundiam a nova teologia, como Beny Hinn, Paul Crouch e Fred Price, que prometiam saúde perfeita, prosperidade material e vitória sobre qualquer tipo sofrimento mediante doações financeiras para a igreja. O momento histórico já demandava uma nova

⁷ Para maiores informações sobre as origens da Teologia da Prosperidade: Ricardo Mariano. Neopentecostais: sociologia do novo protestantismo no Brasil.

doutrina que não pregasse a desvalorização do mundo, mas sim sua acomodação e adaptação à sociedade de consumo. Era necessária alguma teologia capaz de tirar a mácula que a prosperidade trazia sobre os evangélicos pentecostais, que tinham na salvação eterna a maior promessa de mudança em suas vidas.

Surge a teologia da prosperidade, cujo enfoque reside numa nova interpretação da Bíblia, que sugere uma visão diferente de mundo, como um lugar de felicidade e prosperidade para os cristãos. Os principais conceitos dessa teologia são o de “vida abundante”, ou seja, enquanto cristão e cumpridor de seus deveres como tal, você tem direito a colher uma série de benefícios terrestres, principalmente na área financeira, mas a prosperidade se estende as diversas áreas da vida. Há o direito de desfrutar de saúde abundante, de uma vida sempre repleta de alegrias e de obter vitória diante das adversidades impostas pelas forças malignas. Tudo isso só é conquistado mediante a fé, elemento central da teologia da prosperidade. Através dela é possível obter qualquer coisa e alterar situações que pareçam irremediáveis, se elas não se alteraram é porque não houve fé suficiente ou as contribuições financeiras não foram de acordo com o propósito colocado diante de Deus. A manifestação da fé está na quantidade de recursos concedida à igreja, ou seja, quanto mais você doa, mais você será abençoado. Em termos matemáticos, pode-se dizer que doação e bênção são grandezas diretamente proporcionais. Isso exige uma postura quase autoritária do fiel, pois cabe a ele exigir e cobrar de Deus as bênçãos que pediu, o que se expressa em uma das máximas difundidas pelos pregadores dessa teologia: “devemos tomar posse das bênçãos”. Existe aí um elemento intuído por Marcel Mauss e posteriormente formalizado por Levi Strauss, o princípio da reciprocidade - a tríplice obrigação de dar, receber e retribuir - capaz de sintetizar o princípio básico da Teologia da Prosperidade: somente pela troca com Deus é possível receber as suas bênçãos.

No Brasil, a teologia da prosperidade assumiu peculiaridades ao ser importada dos Estados Unidos. O pastor Romildo Soares, da Igreja Internacional da Graça enfatiza a Teologia da Prosperidade no sentido da cura divina, o Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus tem o enfoque voltado para a guerra espiritual contra as forças do diabo e sobre a prosperidade financeira. Esses pastores utilizam freqüentemente os verbos “determinar”, “decretar” e “reivindicar”, indicando que o fiel deve exigir de Deus a posse das bênçãos. Na maioria das igrejas, a ênfase é dada na prosperidade financeira, em outras na área familiar e sentimental e há ainda lugares cujo enfoque seja na área da saúde. Para esses pregadores, *a pobreza significa falta de fé.* (Mariano, 2005) O que traz uma nova concepção no universo protestante, que tinha como requisito essencial à renúncia aos prazeres do mundo e foco na salvação eterna como maior recompensa pelos sofrimentos vividos na terra.

Cabe ressaltar aqui a importância de não enxergarmos os adeptos dessa teologia como meros aproveitadores dos menos favorecidos, tão difundida pelo senso comum. Nas entrevistas que realizei nos trabalhos desenvolvidos no 2º e 3º ano em que tive a oportunidade de conversar com alguns fieis da Igreja Universal do Reino de Deus, ficou claro o fato de cada um deles ter consciência de suas ações. Não doam porque são coagidos, mas sim porque vêem na doação uma promessa plenamente realizável de ascensão social. Os conhecidos “desafios de fé” - contribuição que é dada antes que o fiel tenha recebido sua benção – podem ser vistos como uma espécie de “ritual de sacrifício financeiro”, cujo alvo é mostrar para Deus que passando por um período de adversidade, ele acredita que será muito bem recompensado no futuro. Nessa ocasião, verificam-se três momentos principais: o apelo (momento em que o pastor explica as razões e vantagens de realizar a doação), a espera (é um tempo dado ao fiel para tomar a decisão de participar ou não desafio) e a entrega (quando o fiel entrega “o seu melhor”, pode ser em dinheiro – moeda nacional ou estrangeira, ou em outros tipos de bens como casas, carros, relógios, jóias, etc). Em cada um destes momentos existe uma música específica, algumas palavras que são constantemente repetidas e momentos em que o pastor cumpre seu verdadeiro papel de agente da vontade divina na terra, revelando aos fieis a importância de participarem de tal evento.

Atualmente, esta teoria já ultrapassou as fronteiras das igrejas neopentecostais e atingiu várias igrejas evangélicas pentecostais, além do movimento carismático encabeçado pela Igreja Católica. As principais igrejas neopentecostais que difundem a Teologia da Prosperidade são a Igreja Universal do Reino de Deus, a Internacional da Graça e Renascer em Cristo. Uma das preocupações deste trabalho é descobrir se na programação da igreja Bola de Neve existem elementos da Teologia da Prosperidade que servem como atrativos para novos fiéis e se isso pode ser visto como uma das peças que ajude a explicar o grande aumento no número de membros dessa igreja.

2.3 Descrição das reuniões

Na Bola de Neve existem três tipos de reuniões: os cultos presenciais, a transmissão online dos cultos através do site da igreja e as reuniões em células. Para este trabalho, participei de 5 reuniões no templo da igreja, situado na Rua Turiassú, nº 734, no bairro das Perdizes em São Paulo, assisti a transmissão de um culto pela internet e fui a uma reunião de células (Higienópolis I – Rua Tupi, 965 apto. 81).

2.3.1 CULTO PRESENCIAL – 16/08/2009

O culto presencial é constituído por três momentos principais: o louvor, o recolhimento dos dízimos e ofertas e o sermão da palavra. No terceiro domingo do mês também é celebrada a Santa Ceia, ritual onde os fieis comem o pão e tomam o vinho simbolizando o corpo e o sangue de Jesus Cristo. Em alguns cultos, os fieis tem a oportunidade de subir ao púlpito e relatar seu testemunho. Nos cultos em que participei, os testemunhos eram de cura e de transformação na área familiar. No templo da Bola de Neve, o ambiente é predominante jovem. A decoração, o uniforme dos atalaias (segundo a Bíblia é aquele que foi separado por Deus para exercer a função de vigia, de guardar e impedir a invasão do território pelos inimigos, na Bola de Neve, são os que trabalham na recepção, responsáveis pelo primeiro contato do visitante com a igreja). A parte musical acontece no início da reunião, conhecida como momento do louvor é conduzido pelas mulheres que cantam e outras que dançam no púlpito, enquanto os homens tocam os demais instrumentos. Esse é o momento de maior manifestação dos fieis, onde eles conseguem expressar com mais veemência sua devoção, através do canto, das palmas ou das palavras declaradas em alta voz que externalizam o sentimento dos fieis em relação ao seu Deus, seja ele de alegria, tristeza ou um desabafo sobre um momento difícil de suas vidas. Nesse período da reunião, como ainda estão chegando muitas pessoas, os atalaias circulam bastante pela igreja, realocando os fiéis, principalmente os visitantes, que ficam numa área reservada dentro do auditório, para facilitar na hora da apresentação destes para a igreja. Em seguida, são recolhidos os dízimos e ofertas. A palavra é dirigida apenas aos membros da igreja, deixando os visitantes livres para não contribuir. Em um dos cultos, logo após a publicação da Revista Veja denunciando o esquema de lavagem de dinheiro na Igreja Universal, o pastor da Bola de Neve comunicou que uma empresa de auditoria é responsável por fiscalizar os recursos obtidos na igreja e que os relatórios estão à disposição dos membros na secretaria da igreja. O momento do sermão e as orações foram feitos por homens. Neste momento, as pessoas ficam mais reflexivas e atentas a cada palavra do pastor, que utiliza um vocabulário acentuadamente jovem, com uso intensivo de gírias, como “tá ligado”, “a casa vai cair”, “não entre nessa parada errada” ou ainda expressões mais comuns aos surfistas “marola”, “tá tubular”, “crista da onda”. Todas as expressões são utilizadas como alertas aos membros da igreja pra que não se misturem demais com as atividades mundanas e percam a sua nova identidade, obtida no momento da conversão.

A minha principal fonte na igreja me colocou na lista de divulgação de eventos virtuais. Semanalmente recebo flyers de reuniões, como a do Ministério RECRIE (Reunião Cristã de Empreendedores) ou ainda do Mergulhando na Palavra (Reuniões semanais cujo objetivo é discutir á luz da Bíblia alguns temas “polêmicos”, como amor ao dinheiro, inveja, namoro e sexualidade e como fazer a diferença em ambientes hostis a Palavra de Deus). Além disso,

o site é um portal que contém duas webrádios, mensagens, cultos on-line, jogos e salas de bate-papo, além de uma vasta relação das igrejas em células – nome dado a reuniões realizadas em casas, salões, universidades, com um grupo menor de pessoas, visando integrar os membros e facilitar o convite de outras pessoas que normalmente não iriam a grandes igrejas por se sentirem coagidos. - Para exercer qualquer função na BN, é necessário frequentar uma célula há pelo menos um ano.

2.3.2 REUNIÃO NA CÉLULA – HIGIENÓPOLIS I – 14/10/2009

No dia 14 de outubro de 2009 participei de uma reunião de células da Igreja Bola de Neve. Esta célula inicialmente estava na Avenida Higienópolis, mas como a dona do apartamento se mudou e o número de pessoas estava muito grande, a célula foi dividida em duas: uma na Rua Martinico Prado e a outra na Rua Tupi, onde participei. A reunião começou às 20:30 e terminou por volta das 23:00. Neste dia, havia sete pessoas que participaram da reunião.

No início houve o momento do louvor, que durou aproximadamente 15 minutos. Neste momento, as pessoas ficam bastante introspectivas, é um período bastante reflexivo e não há espaço para qualquer tipo de conversa. Em seguida, a reunião é conduzida pelo líder da célula, Renato, que transmite aos participantes os avisos da igreja, como um show de evangelismo que aconteceu no final de semana seguinte e um convite aos membros para participar do ministério de boas vindas da igreja. Em seguida, é feita uma oração e o líder traz a palavra da noite. Neste dia, o tema – que é o mesmo do culto de domingo na igreja – foi sobre o “cristão-morno”, baseada no livro de Apocalipse, onde Jesus dá um alerta a igreja de Laodicéia para sua mornidão: não está quente nos propósitos divinos e da fé cristã, mas também não está decididamente fria para abandoná-los. O pregador faz uma alusão a igreja brasileira, que tem vivido momentos como os de Laodicéia. Ele convida cada um para fazer um auto-exame e verificar como tem sido sua conduta cristã nos últimos dias e indica que o perigo da mornidão cristã aponta para um distanciamento significativo de Deus, que pode levar ao orgulho e a auto-suficiência. Durante a pregação, algumas pessoas também participavam da palavra, dando opiniões sobre o tema, indicando outras passagens na Bíblia e tirando suas dúvidas sobre o assunto. O líder funciona como um mediador, ora apresentando aspectos novos, ora retomando os apresentados pelos participantes. Ele citava exemplos práticos de boa conduta cristã, aquela que agrada o coração de Deus: não mentir no trabalho, mesmo que isso te prejudique no futuro, não tentar evangelizar no trabalho, pois “o trabalho é lugar de trabalho”, não havendo espaço para “falar de Jesus” durante o expediente. Também salientou o dever de cumprir a hierarquia e de ser cristão em

todos os lugares. Depois da palavra, é feita uma oração que tem como objetivo “esquentar” os corações dos fiéis e os ajudarem a tomar uma postura mais ativa, no sentido de desejarem ser cada vez mais dependente de Deus. Depois da primeira oração, cada pessoa escreve num pedaço de papel um pedido de oração e coloca numa caixa, quem desejar, pode expor a todos os outros pedidos que são anotados pelo líder da célula que ora por cada um e pelos demais pedidos que estão dentro da caixa. Depois desta oração, o trabalho é encerrado com um agradecimento e com um lanche coletivo.

No momento “da comunhão”, conversei com o líder da célula, Renato, que me explicou algumas das funções da reunião em células: formar novas amizades dentro da igreja, o que não seria possível no período normal dos cultos, além de ajudar os novos membros a esclarecerem duas dúvidas sobre a Bíblia e sobre a conduta cristã. Ele também disse que não é muito interessante quando uma célula tem mais de 20 pessoas, porque esse contato fica prejudicado. Informou que fez um curso de 1 ano para assumir a liderança da célula e que participa de um regime de escala dentro da igreja, que o inclui na contagem dos dízimos e ofertas. A grande maioria das informações sobre as atividades da igreja ele recebe por e-mail, através do mailing da igreja. Ele também é ouvinte da rádio e assiste ao programa de televisão da Bola de Neve, o Bola TV. Tem todos os CDs da Bola de Neve (Banda Tribo de Louvor) e alguns da Bola Music (gravadora da Bola de Neve, que produz outras bandas e artistas no cenário evangélico). A programação da célula vem numa espécie de cartilha, que descreve um esboço da palavra pregada no culto de domingo, os principais pontos levantados pelo pregador do culto e os avisos da igreja. Nessa ocasião também conversei com o casal anfitrião, que cedeu o apartamento para a realização das reuniões, e com alguns participantes da célula.

2.4 Teorias da mídia

Olhando para a mídia é possível identificar, que, assim como disse o teórico da comunicação, Harold Innis, *“o caráter da mídia de uma sociedade exerce uma forte influência sobre a organização dessa sociedade”*. É fundamental estar com isso em mente para analisar qualquer relação que envolva mídia. Ela é capaz de moldar estruturas sociais, reinterpretando valores e normas e colocando-os constantemente a prova.

O conceito de indústria cultural, tão caro aos estudiosos da Escola de Frankfurt, é importante para o presente trabalho, pois coloca a indústria cultural como principal responsável pelo enfraquecimento do potencial crítico dos indivíduos. Um de seus autores, Jürgen Habermas (1973), afirma que a imensa quantidade de informações manipuladas e controladas pela publicidade é fruto do derruimento da opinião pública, que se realizava a partir do debate constante em cafés e áreas públicas europeias. Já um outro autor,

Baudrillard, acredita que o impacto causado pelas comunicações de massa é tão profundo que criou a hiper-realidade, ou seja, a manifestação da mídia globalmente, em contato com o comportamento social, produz um mundo onde a maioria das coisas não é verdadeira, pois a aparente realidade é construída em cima de outras imagens e no final, não se tem referência externa real e concreta dos fatos nela gerados.

Acredita-se aqui que as idéias de John Thompson sejam particularmente interessantes, justamente por sua preocupação com uma análise histórica da mídia, que revela seu papel central no desenvolvimento das instituições da modernidade. Ao contrário dos autores da Escola de Frankfurt e de Baudrillard, Thompson defende a idéia de que a mídia abre caminhos para o desenvolvimento de um pensamento crítico, devido o aumento da possibilidade de acesso a informação. Ele acredita que as pessoas vão ressignificando as informações que absorvem, através de três tipos de interação: a face a face, quando duas pessoas conversam diretamente, a interação mediada, quando duas pessoas conversam graças a um recurso tecnológico de mídia, como o telefone, por exemplo; e por fim há a quase-interação mediada que é o tipo de relação possibilitada pela mídia: nela não acontece uma ligação direta entre os indivíduos, ela é monológica. Para Thompson, a mídia de massa exerce uma interferência no equilíbrio entre o público e o privado que não deve ser considerada prejudicial, na verdade, é reflexo do modo de vida das sociedades modernas. Este último tipo de interação não prepondera sobre os outros, ele apenas é mais uma forma de interação social que emergiu junto com o avanço da mídia no mundo moderno.

Outro autor que ajuda a nortear a reflexão é Pierre Bourdieu (1997). Este autor coloca a televisão como um instrumento capaz de atingir um grande número de pessoas, transmitindo uma série de informações que garantem a manutenção da ordem simbólica, ou seja, alguns dos referenciais que regulam a vida dos indivíduos são propagados através da televisão. Nesse sentido, ele nos ajuda a compreender os programas neopentecostais exibidos pelas igrejas evangélicas, mais precisamente pela igreja Bola de Neve. Nesse programas não são exibidas informações lançadas ao acaso, elas têm um propósito muito específico: alcançar a audiência das pessoas que normalmente não iriam ao templo religioso. Outro ponto importante reside no fato de a televisão se preocupar constantemente com aquilo que é sensacional. Isso se reflete também na programação neopentecostal. Uma variedade de temas, apresentado de diferentes formas fazem com que os programas não permaneçam num plano rotineiro e permitam atrair um número cada vez maior de telespectadores. O ponto mais relevante que destacarei ao longo deste trabalho é o efeito político que a televisão carrega: efeito do real, que permite uma construção social da realidade. Bourdieu acredita que a televisão deixa de ser um instrumento de registro e se

torna um instrumento de criação da realidade, a partir do momento em que se controla o que será veiculado, omitindo algumas informações e selecionando tendenciosamente outras uma nova realidade é construída, com aquilo que foi selecionado previamente. É nesse ponto basicamente que pretendo avaliar se a programação da igreja Bola de Neve cria esse efeito, capaz de reconfigurar a realidade social de seus freqüentadores. Até que ponto a programação tem esse efeito? Seria capaz de produzir algum tipo de mobilização social orientada? O fato de a maioria da liderança da BN ter formação em propaganda seria um sinal dessa preocupação com a criação de uma nova realidade, onde as pessoas se sentissem mais confortáveis e ambientadas para, posteriormente, fazer uma visita à igreja?

2.5 Mídia e Bola de Neve

O cenário evangélico passou por uma série de transformações no final da década de 80 e início de 90, conhecidas como “movimento gospel” (Mariano, 2005, p.209), que abarcou diversas modificações no modo de vida dos evangélicos (pentecostais e neo) nesse período. Além de inserir na programação musical das igrejas ritmos considerados profanos, como o rock, o pop, o samba e o pagode, vieram também alguns acessórios que passavam a criar uma nova identidade para o evangélico do final do século XX: camisetas com motivos bíblicos, cadernos, agendas e adesivos que passaram a fazer parte da vida desses fieis. O mercado que antes estava restrito a produção de bíblias e hinários agora enxergava a possibilidade de ampliar seu mercado consumidor. A música gospel no Brasil⁸ pode ser definida como aquela que tem uma mensagem que necessariamente fale das características de Deus, de seus predicados, não importando o ritmo que é utilizado para acompanhar a letra⁹. Seguem as principais mídias utilizadas pela Bola de Neve:

INTERNET

Site: www.boladeneve.com.br

Portal principal da igreja, onde é possível acessar informações sobre cultos, missão, locais de reunião de células e endereços dos templos. Também é possível acessar a tv online e assistir os cultos transmitidos na sede da igreja.

TELEVISÃO

Bola TV – Exibido nas madrugadas de domingo na Rede TV

⁸ A música gospel norte-americana refere-se ao *negro spiritual*, estilo musical presente nas igrejas de maioria negra dos EUA.

⁹ O ritmo que envolveu maior polêmica na comunidade evangélica na época foi o rock, introduzido em São Paulo nos shows da Igreja Renascer em Cristo através das bandas Oficina G3, Rebanhão e Resgate. Atualmente, muitas igrejas que antes condenavam as músicas dessas bandas já mudaram de opinião.

Compõe a frente evangelística da igreja. Programação voltada para o público de esportes radicais, como surf, skate, divulga constantemente os campeonatos desses esportes, além de entrevistas com atletas e uma mensagem de cunho evangelístico no final do programa.

WEBRÁDIOS

Site: www.bolaradio.com.br

Extreme - Webradio (programação musical internacional)

Worship – Webradio (programação musical nacional)

O site também tem uma série de artigos sobre musica cristã, análise de CDs nacionais e informações sobre música gospel em geral.

MINISTÉRIO DE MULHERES

Site: www.mulheresdobola.com.br

Conteúdo feito por mulheres e destinado ao público feminino: moda, eventos, cultos, congressos e programação da igreja voltada para as mulheres.

COMUNIDADES VIRTUAIS

Orkut: através do orkut, na comunidade “orkontro”, os fieis combinam suas saídas no final de semana, geralmente após o culto.

Twitter: no twitter, a interação virtual também auxilia na construção das redes sociais dentro da igreja, de uma forma um pouco mais dinâmica que o orkut, tendo em vista a própria estrutura do site, que permite comentários de até 140 caracteres.

BOLA MUSIC

É a gravadora da igreja Bola de Neve. O selo Bola Music, criado em 2006, conta com 8 bandas produzidas através da gravadora. O objetivo, segundo o Apóstolo Rinaldo é levar uma mensagem musical para ajudar os que já são convertidos além de servir como fator atrativo para os que ainda não estão no evangelho.

ACESSÓRIOS

A livraria da igreja Bola de Neve conta com uma série de acessórios, todos estilizados com o nome e o logotipo da igreja, que ajudam a compor a identidade do frequentador: adesivos nos carros, anéis, pulseiras, camisetas, marcador de páginas.

2.5 Análise das entrevistas

O objetivo das entrevistas foi identificar qual a importância que a mídia exerceu ou ainda exerce na vida do membro da igreja Bola de Neve. O perfil sócio-econômico também foi traçado para uma futura análise do uso da teologia da prosperidade nas pregações da BN. Para conseguir as entrevistas encontrei algumas dificuldades, pois com a Secretaria da igreja não consegui nenhum tipo de informação e os contatos dos anos anteriores também não estavam mais disponíveis. Decidi entrar em contato com uma conhecida que me apresentou algumas pessoas que gentilmente me ajudaram concedendo as entrevistas e liberando a minha presença para participar da reunião em células descrita anteriormente.

Pude identificar pelo menos três funções básicas exercidas pela mídia na igreja Bola de Neve:

- ✓ Questão informativa;
- ✓ Construção da identidade;
- ✓ Ampliação das redes sociais;

No primeiro caso, a mídia exerce sua função primeira, ou seja, transmite informações. Através de e-mails, sites, folhetos e dos programas de televisão e webradio ela divulga toda a programação da igreja e usa sua principal estratégia proselitista: linguagem jovem, mais precisamente dos esportes radicais, como o skate e o surf para atrair cada vez mais pessoas para a igreja. Todos os entrevistados estão na lista de e-mails da igreja, o que facilita ainda mais a transmissão de informações, já que todos sabem o que vai acontecer na igreja quando abrem suas caixas de mensagens.

Já o segundo refere-se aos mecanismos que também podem ser considerados como elementos midiáticos e que ajudam a construir a identidade do membro da Bola de Neve: camisetas, adesivos e chaveiros. Dos oito entrevistados, apenas 2 não tinham em seus carros ou bíblias o adesivo com o logotipo da igreja. Cada departamento da igreja tem a sua camiseta: atalaias, crianças, atacar (aqueles que contribuem financeiramente para a ampliação das atividades evangelísticas da igreja), intercessão, bateria de samba. Em todos eles o logotipo da igreja também aparece. Outro elemento importante são os CD's da Bola Music, o grupo mais conhecido é a Tribo de Louvor, cuja vocalista, pra. Denise, é esposa do fundador da igreja, Ap. Rina. Todos os entrevistados tem pelo menos um CD da banda ou de qualquer outro artista da Bola Music. Em sua maioria gostam de ouvir reggae, embora um dos cantores da gravadora seja o ex-vocalista da banda de rock Raimundos, Rodolfo Abrantes, fato este que os trazem muito orgulho e foi bastante recorrente nas entrevistas. Também tive contato com a vocalista de uma banda de white metal cristão que informou a

existência de um grupo de roqueiros dentro da igreja que convivem pacificamente com os admiradores de outros ritmos e estilos musicais.

2.5.1 X-GENERATION

Segundo a visão do líder da igreja, Apóstolo Rinaldo Pereira, Deus colocou em seu coração um projeto que busca converter milhares de jovens através de duas áreas específicas: esporte e música. Para a área musical foi criada a Bola Music, cujo slogan é amplamente difundido e assimilado pelos fieis: X-Generation Worship – fazer parte dessa “nova geração de adoradores” é algo latente nas pregações e que deve ser seguido por quem está na igreja. É isso que confere aos fieis sua singularidade, seu sentido de pertencimento ao grupo. Quando adquirem um Cd ou estampam um adesivo da igreja eles vão incorporando esses elementos. O fazer parte dessa nova geração não significa apenas pertencer, mas trazer um número cada vez maior de pessoas para a igreja, usando a música como estratégia para conquistar novos fieis. Nesse sentido é possível afirmar que a mídia veiculada nos programas de televisão tem função atrativa e os CD's e DVD's visam manter o fiel na igreja, cada vez mais incorporando os elementos da X-Generation.

2.5.2 O ESTAR SEM PERTENCER

Um ponto recorrente nos entrevistados é a questão de “estar no mundo sem pertencer a ele”. O que significa que a partir do momento de sua conversão você não precisa se isolar para encontrar a Deus. É possível exercer várias atividades que antes eram consideradas mundanas, como a prática de skate, de surf, a liberação de vestimentas tidas como sensuais no meio evangélico pentecostal, sem que isso signifique sua concordância com as práticas que vêm atreladas e esses costumes fora da igreja, como o uso de drogas, falar palavrões e a fornicação. Por isso existem dois grandes campeonatos de skate e de surf organizados pela própria igreja, cujo foco é difundir os ideais da igreja usando os esportes radicais como ferramenta evangelística. A divulgação é feita pelos próprios membros da igreja, alguns que já são atletas profissionais. Alguns líderes pentecostais e até neopentecostais não concordam com as práticas da Bola de Neve, principalmente quando vêem a conhecida foto do púlpito da igreja onde, ao invés de estar um apoio de acrílico, está uma prancha de surf. Um dos entrevistados se manifestou acerca da foto: “isso não faz diferença, pois não se trata de desrespeitar a igreja muito menos o altar do Senhor, aquilo lá é um apoio para colocar a bíblia e outros papéis, que poderia ser de acrílico, madeira, plástico e por que não uma prancha de surf”?

A possibilidade de “estar no mundo sem pertencer a ele” traz algo novo para membro da BN: ela dá uma liberdade ao fiel que antes não era permitida. Para evitar que ele tivesse contato com o mundo das drogas ou com práticas pecaminosas comuns no meio jovem, era proibido a participação em qualquer tipo de evento secular e não se incentivava a prática de certos tipos de esportes, como o skate e o jiu-jitsu por exemplo. Mesmo nas igrejas neopentecostais, como a Renascer em Cristo, a solução para esse problema era resolvida com a instalação de uma rampa de skate dentro da igreja, evitando o contato do jovem com pessoas não-convertidas. Na Bola de Neve, a diferença está no fato de o jovem ter a possibilidade de participar desses eventos e escolherem se ficarão no caminho da X-Generation ou retornarão as antigas práticas de destruição paulatina de suas vidas. O mesmo processo acontece com a participação das bandas de rock em shows em casas noturnas seculares. Eles têm amplo apoio para participar desses eventos, na certeza de que estarão ali para “fazer a diferença” e conquistar mais pessoas para o reino de Deus.

Apenas um dos entrevistados se converteu na Bola de Neve, o restante migrou de igrejas pentecostais e neopentecostais. A grande maioria saiu de suas antigas igrejas porque enfrentaram conflitos de gerações e eram proibidos de manifestar a sua fé de maneiras diferentes das convencionais.

2.5.3 AMPLIAÇÃO DAS REDES SOCIAIS

A terceira e última função da mídia na igreja Bola de Neve é a mídia como agente de ampliação das redes sociais, através das novas redes sociais virtuais, a saber, orkut e twitter. São principalmente através desses mecanismos que os fieis combinam suas atividades, convidam outras pessoas não-convertidas e trocam informações sobre música, esportes, relacionamentos amorosos e uma infinidade de temas abordados à luz da Bíblia Sagrada.

3. Conclusão

É possível concluir que a mídia exerce um papel fundamental no cotidiano do fiel da Bola de Neve. Seja no ouvir o rádio ou ao colocar um adesivo da igreja no carro, são esses elementos que agregam e geram um sentimento de identidade comum, partilhado por cada um que entra e se torna membro da igreja, manifestado no slogan criado pelo fundador da igreja, o ser da *X-Generation*. Cada um dos entrevistados revelou, de forma peculiar, a relação que estabelece com alguma prática midiática da BN: os e-mails informativos, o site com conteúdo cristão, o programa de TV exibido de madrugada.

Outro ponto importante é a classificação que esta igreja recebe. Embora a maioria dos entrevistados não tivesse a preocupação em se descobrir como pentecostal ou

neopentecostal; pelas regras e costumes da igreja, e, mesmo sendo eles liberais em relação às igrejas tradicionais da primeira ou segunda do pentecostalismo no Brasil, a Bola de Neve possui características que permitem classificá-la como pentecostal, em virtude de alguns ritualismos, como a leitura da Bíblia Sagrada no início do culto, a rigorosa disciplina para participar das atividades da igreja, e a pouca influência da Teologia da Prosperidade em suas pregações.

O único critério que pode ser utilizado para enquadrar a igreja Bola de Neve no movimento neopentecostal seria o uso intensivo da mídia, entretanto, o que se percebe é que a programação exibida não tem a intenção de cumprir o princípio da reciprocidade e a tríplice obrigação de dar, receber e retribuir para o telespectador, como faz a programação neopentecostal veiculada nos canais abertos de televisão, mas fazer com que ele entenda que na Bola de Neve é possível conciliar atividades tidas como mundanas antigamente com uma vida cristã extremamente comprometida com Deus e Sua igreja.

Como a pesquisa ainda não se encerrou as conclusões citadas acima são provisórias e estão sujeitas a mudanças, conforme surjam outros elementos que modifiquem o rumo desta análise.

Referências Bibliográficas

BOLA DE NEVE CHURCH. **Culto interativo on-line**. Disponível em: <http://www.bolatv.com.br>. Acesso em 01/05/2009.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

IBGE. *Censo ano 2000*. Brasília, 2000. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em 01/05/2009.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1999.

MARIANO, Ricardo. **Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal**. *Estud. av.* [online]. 2004, v. 18, n. 52, pp. 121-138. ISSN 0103-4014. Acesso em 01/05/2009.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

ROMEIRO, Paulo. **Decepcionados com a graça: esperanças e frustrações no Brasil neopentecostal**. São Paulo: Mundo Cristão, 2005.