



“Igrejas S/A”: o evangelicalismo não denominacional brasileiro como uma empresa religiosa neoliberal⁷⁴.

“Igrejas S/A”: Brazilian non-denominational evangelicalism as a neoliberal religious enterprise.

DOI: 10.23925/1806-9029.36i2(66)68884

Autora: **Francisca Jaqueline de Souza Viração**, professora assistente do bacharelado em ciências econômicas da URCA, campus Iguatu. E-mail: jaqueline.souza@urca.br. Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-5663-9855>.

Resumo

O presente trabalho procura defender a ideia de que as igrejas evangélicas não-denominacionais brasileiras se comportam como empresas neoliberais. No texto, o neoliberalismo é entendido a partir das reflexões de Dardot e Laval, como uma racionalidade que toma conta de todas as esferas da vida, portanto, também da esfera religiosa. A discussão é feita a partir de como o Estado foi transformado em um Estado empresarial, através de uma mudança conceitual das funções do Estado. E assim como o Estado foi transformado em um Estado empresarial, através de mudanças conceituais especialmente na linguagem, comparar-se-á o mesmo fenômeno nas igrejas, analisando as transformações na linguagem, estética e especialmente na arquitetura. Por fim, pretende discutir o que são igrejas evangélicas não-denominacionais, suas origens, como pensam e atuam, e por que consideram o capitalismo como a ordem natural da vida.

Palavras-chave: Evangelicalismo Não-Denominacional. Neoliberalismo. Empresa Religiosa.

Abstract

This work seeks to defend the idea that Brazilian non-denominational evangelical churches behave like neoliberal companies. In the text, neoliberalism is understood based on the reflections of Dardot and Laval, as a rationality that takes over all spheres of life, therefore, also the religious sphere. The discussion is based on how the State was transformed into a business State, through a conceptual change in the functions of the State. And just as the State was transformed into a business State, through conceptual changes especially in language, the same phenomenon will be compared in churches, analyzing the transformations in language, aesthetics and especially in architecture. Finally, it intends to discuss what non-denominational evangelical churches are, their origins, how they think and act, and why they consider capitalism as the natural order of life.

Keywords: Non-Denominational Evangelicalism. Neoliberalism. Religious Company.

JEL: P1; N36; Z12.

⁷⁴ Este artigo é resultado do Pós-doutorado desenvolvido junto ao PPG em Economia – Economia Política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a supervisão da Professora Rosa Maria Marques.



Introdução

A ideia central da obra de Dardot e Laval é que o neoliberalismo não é uma fase do capitalismo ou um paradigma econômico, mas uma racionalidade que perpassa todas as esferas da vida, transformando a vida e especialmente as relações humanas dentro da lógica da competição. Tudo é permeado por essa racionalidade: o Estado passa adotar os critérios e objetivos das grandes empresas e os indivíduos introjetam essa racionalidade no seu dia a dia. A competição ocorre dentro da ideia do empreendedorismo, em que os homens se tornaram empresas de si mesmos, e as coletividades foram suprimidas por um hiperindividualismo.

Se a tese de Dardot e Laval está correta, a esfera religiosa da vida também deveria ter sido afetada. E foi. Nada representa isso melhor do que o surgimento de um tipo de igreja evangélica, que ficou popularmente conhecida como “paredes pretas” ou “churches”. Este artigo pretende comparar esse tipo de igreja a uma *startup* de natureza religiosa, tanto no campo da estética quanto na linguagem e arquitetura. As “paredes pretas” não existiriam sem o neoliberalismo.

O IBGE as caracteriza como igrejas evangélicas não-denominacionais, sendo assim classificadas porque não se identificam com nenhuma grande tradição teológica ou não pertencem a nenhuma denominação. Este tipo de igreja, de certa forma, surgiu daquilo que a historiadora do evangelicalismo americano, chamada Kristin Bobes Du Mez, chama de cultura popular evangélica, que seria uma mistura de noções teológicas calvinistas e noções teológicas pentecostais (Du Mez, 2022).

As primeiras igrejas apareceram no final dos anos 1970 nos EUA. A proposta era ser “leve” e “sensível ao contexto” (Kimball, 2006), para que as pessoas pudessem amar Jesus usando tatuagens, ouvindo rock, ou seja, a ideia era criar uma alternativa à rigidez tanto teológica quanto de instituições bastante consolidadas. Portanto, elas já nasceram com “público-alvo”, uma forma de pensar empresarial. Suas lideranças perceberam a demanda de mercado e criaram uma inovação no setor de serviços. Só não pode ser considerada uma destruição criativa, porque as “paredes pretas” não tornaram obsoletas as igrejas tradicionais.

Uma inovação em dois milênios de cristianismo, seu modelo eclesiástico, sua estética de pregação e seu foco de atuação são copiados dos grandes oligopólios capitalistas. Está mais para uma *startup* religiosa do que uma igreja evangélica tradicional. E é isso que este artigo tenta provar. O primeiro passo foi criar uma igreja para um “público-alvo”. Só o fato de uma igreja criar uma comunidade de fé para adequar-se a um tipo específico de pessoas já mostra a mentalidade empresarial, como já foi dito anteriormente.

O código civil brasileiro de 2002 não caracteriza a empresa, mas sim o empresário. O Art. 966 diz: “Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.” Pode-se tirar duas conclusões: a primeira é que, para ser uma empresa, é preciso ter atividade econômica que produza ou circule bens ou produtos. Neste sentido, a fé em Jesus Cristo



precisa se tornar um produto, e a igreja deve ofertar vários serviços para este produto ser consumido. Por consequência, suas lideranças se tornam empresários.

Veremos neste artigo que estas igrejas criaram uma série de inovações litúrgicas, estéticas, arquitetônicas e de linguagem, que as transformam em uma *startup* religiosa. Os cultos se transformaram em eventos, os pastores em *coaches*, as pregações em autoajuda, e a arquitetura é feita para proporcionar uma boa experiência. As próprias igrejas se transformaram em marcas com lojas virtuais de seus produtos.

O que é evangelicalismo não-denominacional ou “igreja de paredes pretas” e por que elas se parecem com empresas religiosas?

Dentro do evangelicalismo, existe um tipo de igreja que, no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é classificada como não-denominacional. Elas recebem esse nome por não se associarem oficialmente a nenhuma grande denominação, como, por exemplo, Assembleia de Deus, Batista, Presbiteriana, nem a um grande ramo de tradição teológica, como, por exemplo, luteranismo, calvinismo, pentecostalismo. As “paredes pretas” pertencem a este grupo classificado como não-denominacional.

Porém, como o evangelicalismo é bastante pragmático, muitas igrejas históricas e pentecostais copiam o modelo. Para este artigo, a denominação “igrejas de paredes pretas” incluirá tanto as que são de origem como as que não são, mas adotaram a estética por uma questão de puro pragmatismo.

Esse modelo de igreja surgiu nos Estados Unidos (EUA), na metade final dos anos 1970, com o aparecimento da *Willow Creek Community Church*, liderada pelo evangelista Bill Hybels. No início, estava apenas preocupada em ser mais atraente para jovens. Louvor em forma de rock, pastor usando camiseta, calça jeans e tênis, pouca preocupação com tatuagens, brincos, *piercings* etc. Sua preocupação maior era levar a juventude para Cristo.

Por essa razão, não queriam se prender rigidamente a padrões confessionais. Bastava apenas ensinar verdades universais aceitas pelas mais variadas tradições evangélicas. Esse modelo de igreja deu muito certo, cresceu, espalhou-se pelo mundo e influenciou igrejas históricas e pentecostais.

Diferente das igrejas tradicionais, assim como as pentecostais históricas, as “paredes pretas” não constituíram instituições muito fortes, o que seria contrário à sua própria razão de ser. Sem uma estrutura institucional forte, assim como sem um esquema teológico confessional sólido, a igreja torna-se a “cara” do pastor fundador. Este enorme personalismo, sem forte teologia e em tempos neoliberais, facilmente transformou seu discurso. Saindo de uma prédica evangélica tradicional para um estilo mais próximo a uma palestra, o anúncio do evangelho passou a dar lugar para a autoajuda.



A mudança conceitual e, conseqüentemente, estética também é importante no pensamento de Dardot e Laval para a transformação de instituições da sociedade em empresas. Em sua obra, citam o exemplo do Estado, como a transformação da linguagem oficial na linguagem empresarial mudou a forma de se ver o Estado e, conseqüentemente, suas funções, destruindo-o (suas funções anteriores ao neoliberalismo) por dentro. Palavras como eficácia, eficiência, governança e o estímulo da competição entre os servidores públicos ajudaram a transformar o Estado em um Estado empresarial.

A mudança na concepção e na ação do Estado imprimiu-se no vocabulário político. O termo “governança” tornou-se a palavra-chave da nova norma neoliberal, em escala mundial. A própria palavra “governança” (*gubernantia*) é antiga. No século XIII, designava o fato e a arte de governar. Durante o período de constituição dos Estados-nações, o termo desdobrou-se progressivamente nas noções de *soberania* e *governo*. Reincorporado à língua francesa pelo presidente senegalês Léopold Sédar Senghor no fim de uma modificação das relações entre gerentes e acionistas, até adquirir significado político e alcance normativo quando foi aplicado às práticas dos governos submetidos às exigências da globalização. Nesse momento, tornou-se a principal categoria empregada pelos grandes organismos encarregados de difundir mundialmente os princípios da disciplina neoliberal, em especial pelo Banco Mundial aos países do Sul. A polissemia do termo é um indicativo de seu uso. De fato, ele une três dimensões cada mais entrelaçadas do poder: a condução das empresas, a condução dos Estados e, por fim, a condução do mundo. (Dardot&Laval, 2016: p. 275-276)

Dardot e Laval também destacam que não bastava apenas modificar as funções do Estado, para transformá-lo em um Estado empresarial, mas o funcionário público também precisava ser modificado. Comentando sobre a escola do *Public Choice*, que propôs uma enorme reforma na administração pública, os autores nos alertam que a tentativa era mudar a imagem do funcionário público:

A Escola do *Public Choice*, cuja sede histórica é a Universidade de Virgínia, em Charlottesville, produziu uma análise do governo que focaliza não a *natureza* dos bens que ele produz, mas a *forma* como ele os produz. Aplicando a teoria econômica às instituições coletivas, a Escola do *Public Choice* considera que, se supomos em todos os domínios a unidade do funcionamento humano, não há razão para não realizarmos uma homogeneização a um só tempo teórica e prática do funcionamento do Estado e do mercado. O funcionário público é um homem igual aos outros, um indivíduo calculador, racional e egoísta, que procura maximizar seu interesse pessoal em detrimento do interesse geral. Apenas os interesses privados têm realidade e significado para os agentes públicos, apesar de seus protestos virtuosos. O Estado não maximiza o interesse geral, os agentes públicos é que buscam na maior parte do tempo seus interesses particulares à custa de um desperdício social considerável. (Dardot&Laval, 2016: p. 296)

E, assim como a mentalidade de concorrência alterou as funções do Estado e a forma como os servidores públicos são vistos, destruindo a ação coletiva para a individual, transformando cidadãos em consumidores, este trabalho defende que a mesma coisa acontece com a nova estética proposta pelas “paredes pretas”. Desde a linguagem à arquitetura, ela tem transformado igrejas evangélicas em franquias religiosas,



comunidades de fé em prestadores de serviços religiosos, na qual se vai para consumir, mesmo que se criem laços afetivos entre as pessoas.

Não é exagero dizer, afinal, que estas igrejas se configuram como *startups*. A saber, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) define uma empresa do tipo *startup* como uma “que nasce em torno de uma ideia diferente, escalável e em condições de extrema incerteza”. Inclusive, o Sebrae também afirma que o significado literal da palavra *startup* seria “empresa emergente”.

É interessante notar que, quando este tipo de igreja surgiu, elas foram chamadas de emergentes. Dan Kimball, um dos expoentes deste novo modelo de igreja, escreveu um livro intitulado justamente Igreja Emergente. No livro, ele descreve de onde tirou a ideia para mudar a estética tradicional de igreja para a que caracterizou as paredes pretas:

Eu estava completamente perdido, sem saber o que fazer. Então, certo dia, tarde da noite, estava assistindo à banda The Cranberries no Unplugged da MTV. Era uma apresentação totalmente acústica. O palco estava enfeitado com um tecido escuro e iluminado por candelabros. Parecia mais o porão da minha avó e não um cenário de show de rock, e eu fiquei abismado com a simplicidade de tudo aquilo. Nenhum show de iluminação sofisticada nem estruturas que suspendem a bateria. Eu também notei a proximidade com que a plateia se sentava em relação aos músicos. Não havia uma separação gigante entre esses dois grupos. Aliás, eles estavam quase juntos, como se fossem uma “comunidade”. De imediato senti que havia algo muito interessante nessa abordagem. É óbvio que a MTV estuda a cultura e conhece o seu público; então talvez eles tivessem alguma fundamentação naquilo. Além disso, fazer as coisas daquele jeito seria muito mais simples do que toda a preparação padrão e a produção completa do nosso culto de quarta-feira. Assim, algumas semanas depois, no início do verão, tentamos uma experiência semelhante em nossa reunião de meio de semana (Kimball, 2008: p. 44).

Não há nada na fala de Kimball sobre escolhas teológicas, ou seja, em que essa mudança estética refletia sua teologia. Kimball mostra preocupação com pragmatismo: “fazer as coisas daquele jeito seria muito mais simples do que toda a preparação padrão e a produção completa do nosso culto de quarta-feira”; e uma extrema confiança em uma empresa: “É óbvio que a MTV estuda a cultura e conhece o seu público; então talvez eles tivessem alguma fundamentação naquilo.” Não importa a origem, o que importa é dar certo, uma mentalidade mais capitalista do que cristã.

O fato de se pensar em uma igreja com um público-alvo, que não seja construída com uma estética tradicional e que use músicas em estilos que não sejam sacros, com o pastor sem vestes litúrgicas, já é o suficiente para perceber que se trata de uma ideia diferente. Em uma linguagem empresarial, essa igreja é pensada para um certo tipo de nicho de mercado e inova bastante para fidelizar sua clientela, cuja estética vem dos oligopólios e não encontra fundamento na própria tradição evangélica.



A Igreja que não tem cara de igreja

Uma das características das “paredes pretas” é que, para criarem comunidade sem peso institucional e confessional, acabaram estabelecendo uma estética própria, que em nada se parece com o imaginário de igreja cristã. É interessante perceber como a racionalidade neoliberal de flexibilização também atingiu a religião, não apenas os direitos trabalhistas.

Até a Proclamação da República em 1889 o Brasil teve religião oficial: o catolicismo. Outras religiões só tiveram garantias de liberdade de culto com a constituição de 1891, porém aos protestantes foi tolerada a prática privada da sua fé e até que se reunissem em templos, desde que não tivessem aspecto exterior de Igreja. Esta tolerância advém das imposições que o tratado de 1810 com a Inglaterra propunha. Na prática, seriam igrejas sem torres, sinos, cruzeiros ou qualquer outro símbolo que lembrasse o cristianismo ou o protestantismo na parte exterior de suas igrejas. Isso marcou profundamente a arquitetura protestante no Brasil.

Porém, com o enfraquecimento do poder do Império, aos poucos, muitos protestantes, especialmente os luteranos, começaram a construir suas igrejas com torres e sinos. Mas este não é o rosto do evangelicalismo brasileiro. Ele é, assim como o americano, calvinista e pentecostal. E, nestas tradições, por seu ranço anticatólico, foi abolido o uso de arte sacra nos templos; as igrejas são, como se diz, “nuas”, mas mesmo assim ainda é possível caracterizá-las como um templo religioso. Eis algumas características arquitetônicas e estéticas:

- Templos retangulares ou quadrados;
- Portas e janelas laterais para entrada de luz, ar e circulação de pessoas;
- Bancos ou grupos de cadeiras dispostos com espaços entres eles para circulação de pessoas;
- Luz acesa e paredes pintadas com cores claras;
- Presença de púlpito, com cadeiras para a liderança, que fica voltada para frente do povo;
- Pastor e líderes vestidos de forma formal.

Estas características podem ser facilmente percebidas na imagem abaixo de uma Assembleia de Deus Templo Central:



Fonte da imagem: <https://rinterativo.com.br/assembleia-de-deus-de-iguatu-realiza-culto-em-acao-de-gracas-ao-183o-aniversario-da-pmce/>

Esta é a estética típica de uma igreja das Assembleias de Deus Templo Central no Brasil. Apesar de ser um templo “nu”, sem arte sacra e nenhum símbolo cristão, há claramente elementos estéticos que a tornam identificável como uma igreja, que foram os listados acima. Esta estética é completamente diferente da imagem abaixo da Zion Church.



Fonte da imagem: <https://www.youtube.com/watch?v=rmrNlhT74zg>



O ambiente é minimalista, não tem nenhuma imagem sacra, não há cruz, mesa de altar, púlpito, pia ou tanque para batismo, o pastor não está com vestes litúrgicas ou de paletó e gravata. Não há nenhuma referência estética a uma igreja evangélica tradicional, seja ela histórica ou pentecostal. O nome da igreja está em inglês, mesmo não sendo uma igreja de imigrantes, e sua logo não tem nenhuma referência com a tradição cristã, pois não existe uma simbologia cristã que se refira ao Monte Sião.

A mesa alta com o notebook do pastor aberto lembra a estética de palestras. O público também não está disposto como tradicionalmente acontece em uma igreja evangélica tradicional, com bancos ou cadeiras com espaços regulares entre um banco ou uma quantidade determinada de cadeiras, para que as pessoas possam circular entre a entrada da igreja até o altar. Nesta disposição, lembra mais uma sala de cinema ou de eventos do que uma igreja.

Outro ponto que deve ser observado é a apresentação externa das igrejas, ou seja, as fachadas. É digno de nota que esta pesquisa encontrou bastante dificuldade de achar fotos das fachadas destas comunidades, postura completamente diferente das igrejas evangélicas tradicionais, que em seus sites destacam a foto das fachadas de suas igrejas.

Uma possível explicação para isso seja que as “paredes pretas” são igrejas “instagramáveis”, o neologismo do momento para explicar uma mentalidade pensada para se ter uma boa apresentação estética no *Instagram*, o que não é o caso de fachadas. Isto mostra a importância que o *marketing* tem para as igrejas de paredes pretas, muitas delas surgiram no Brasil já após o advento das redes sociais e dos aplicativos de localização.

Portanto, a preocupação não é tanto como as pessoas vão encontrar a comunidade, mas com o que elas encontrarão lá, as sensações e experiências que viverão. Até porque não há nada nas fachadas dessas igrejas que lembre ser uma igreja, além do nome *church*, em que ainda é preciso ter conhecimento da língua inglesa para saber que se trata de uma igreja. A dificuldade de encontrar as fachadas dessas igrejas é algo a se pensar, enquanto, quando se pesquisa imagens de igrejas tradicionais, a primeira sugestão do *Google* é a fachada da igreja. A foto a seguir foi coletada do perfil oficial do X da comunidade, não do site, mostrando que a prioridade da comunicação são as redes sociais.



Fonte da imagem: <https://x.com/ondaduraoficial/status/1271125684392538112/photo/2>

Este tipo de fachada é esteticamente muito diferente das fachadas de igrejas tradicionais, mesmo as com uma estética mais moderna, como esta da Igreja Batista de Teresópolis, no Rio de Janeiro:



Fonte da imagem: <https://netdiario.com.br/noticias/teresopolis-86-anos-da-primeira-igreja-batista/>

Os nomes das igrejas, como Bola de Neve Church e Onda Dura, não lembram em nada aqueles que tradicionalmente remetiam a igrejas. Além de um anglicismo exagerado, como é o exemplo da Zion Church, muitas dessas igrejas sequer usam o nome congregação ou igreja e preferem a palavra campus, que em língua portuguesa não é usada para designar edificações religiosas. Por exemplo: Zion Church campus Morumbi.

A Onda Dura, apesar de ter seu nome em português, também identifica suas unidades como campus. Ela tem um link que abre a loja da igreja e deixa muito claro o extremo personalismo. Uma das principais características é ser uma igreja pastoreada pelo pastor Lipão. O próprio pastor se torna um produto, pois a propaganda da igreja passa a ideia de que ele agrega valor à igreja, como se estivesse dizendo que só na Onda Dura o fiel terá a oportunidade de ser pastoreado por ele.



Fonte da imagem: <https://www.ondadura.com.br/>

Na loja da igreja, o fiel pode comprar todos os produtos personalizados com a identidade visual da comunidade. Existe até um *box* de livros com o nome do pastor, o *Box Pastor Lipão*. Os itens são infinitos: canecas, canetas, camisetas, cadernos, livros, bonés, moletons, gorros; enfim, existe a possibilidade de a pessoa vestir-se de “Onda Dura”. Muito parecido com a tradicional venda de *souvenirs* religiosos das igrejas católicas, porém com uma diferença crucial: nos portais oficiais das igrejas católicas não costuma haver *links* para acesso de loja *online*, e nem a igreja ser tratada claramente como uma marca, como se percebe na Onda Dura.

E esse processo em que tudo se torna uma marca é um dos aspectos centrais da teoria de Dardot e Laval sobre o neoliberalismo como uma racionalidade. A linguagem do mundo dos negócios passa a abranger toda a vida, tudo se torna uma empresa que precisa ser gerida muito bem. Daí advém o conceito de homem-empresa, ou seja, da pessoa ser a empresa de si mesma.

Se a igreja é uma marca, o pastor se torna a “cara da marca”, e ele então ganha contornos de garoto-propaganda, acarretando que tenha que se tornar um “*showman*”. Igrejas evangélicas tradicionais sempre tiveram pastores famosos, mas as instituições eram maiores: o presbiterianismo é maior que Hernandes Dias Lopes ou Augustus



Nicodemus, por exemplo. Isso porque são instituições antigas, consolidadas, com uma estrutura hierárquica sólida.

O movimento evangélico que as “igrejas de paredes pretas” representam é um movimento recente, que ainda está se estruturando, portanto, é mais fácil ter pastores que sejam a “cara da igreja”. Mas além de pastores que são como garotos-propaganda, além de um ambiente de palestra e da própria igreja como marca, também a forma de pensar as programações da igreja acontece na perspectiva empresarial de fidelizar a clientela.

Apesar do movimento não ter inventado a ideia de cultos para um objetivo específico (como cultos de cura e libertação), sendo esses mais característicos de igrejas pentecostais e neopentecostais, é típico das “paredes pretas” dar nomes especiais a cultos com objetivos diferentes e para atingir públicos diferentes, inclusive com recorte de faixa etária. Na Zion Church, o culto *Eklektos*, nas sextas à noite, é destinado somente a pessoas com mais de 30 anos; e o *Vox*, nos sábados à noite, é para pessoas entre 18 e 29 anos.

Igrejas evangélicas costumam estimular seus jovens e têm até movimentos de juventude oficiais, como, por exemplo, a União de Mocidade Presbiteriana (UMP) da Igreja Presbiteriana do Brasil. Cultos de jovens também são bastante comuns, mas jamais tiveram a estética de um grande evento, de algo feito exclusivamente para eles, pois, tradicionalmente, cultos de jovens são organizados pela juventude da igreja, sob a supervisão da liderança da igreja.

A mudança de um culto de jovens feito pelos jovens da igreja para um culto de jovens feito para jovens é sutil, mas é determinante para uma mudança de mentalidade sobre o papel da igreja e de seus eventos. Inibe o protagonismo dos membros, que se encontram mais na posição de serem servidos, de buscarem um consumo religioso, do que de servir. Na prática, isso põe fim à própria finalidade de cultos de jovens, já que a ideia é que esses cultos sejam conduzidos por jovens, com a finalidade também de treiná-los para participarem das liturgias oficiais de suas denominações.

No caso da Hillsong Church, igreja australiana com sede em Sidney e que se denomina como uma “igreja global”, a estratificação é ainda maior. Naquilo que ela denomina “comunidades”, há grupos de crianças de 1 a 10 anos, denominados *Kids*; grupos de adolescentes de 11 a 18 anos, denominados *Youth*; e grupos de jovens de 19 a 30 anos, denominados *Powerhouse*. Existe também o *Frontline*, para adultos de 31 a 40 anos; o *Sisterhood*, só para mulheres; o *Hillsong Man*, só para homens; o *Famílias*, destinado a famílias; o *Hillsong 60+*, para pessoas com mais de 60 anos, e o surpreendente *Empreendedores!* No portal da Hillsong Church Brasil, a igreja assim define o que é a comunidade de empreendedores:

Somos a comunidade de empreendedores da *Hillsong* São Paulo. Cremos que somos chamados para sermos um movimento com criatividade divina que é uma fonte de impacto capaz de gerar inovação e conexões saudáveis no mundo dos negócios. Nosso



propósito é inspirar aqueles que embarcam na jornada do empreendedorismo, deixando um legado de impacto e excelência como referência no Reino de Deus.⁷⁵

Nessa comunidade, a igreja oferece três tipos de programação: a primeira é a Noite dos Empreendedores, que ela mesma define como “a oportunidade perfeita para você se conectar, compartilhar ideias, experiências e insights valiosos sobre o mundo dos negócios e do empreendedorismo com pessoas da mesma visão de Reino.”⁷⁶ A segunda é o Kingdom Builders: “São pessoas da nossa comunidade de fé com a convicção de fazer o Reino de Deus avançar na Terra através do seu comprometimento e sua generosidade.”⁷⁷ E a última são os Grupos de Conexão:

Queremos ver você se conectando com nossa comunidade, fazendo amizades e crescendo em seu relacionamento com Jesus. Os Grupos de Conexão de Empreendedores são a oportunidade para se aproximar uns dos outros e construir relacionamentos relevantes em sua jornada de fé. As reuniões acontecem durante a semana para ter um tempo de conexão, estudo bíblico e um momento de oração.⁷⁸

Na prática, o que essa igreja está fazendo é criar uma forte rede de *networking*, onde as pessoas podem encontrar excelentes oportunidades e fazer bons negócios. Igrejas são tradicionalmente lugares onde pessoas fazem amizades, que podem evoluir para sociedades de negócios ou casamentos. É até compreensível que igrejas estimulem e criem movimentos para encontro de jovens, no intuito de formar novas famílias, e outras atividades para fortalecimento de famílias, mas a formação de empreendedores e novos negócios é uma novidade em dois mil anos de cristianismo.

Estas são fortes evidências, a partir do pensamento de Dardot e Laval, que comprovam como a mudança estética e de linguagem podem criar relações completamente diferentes com o sagrado, como ocorreu com a transformação do Estado em Estado empresarial. Fica uma pergunta importante: assim como ser consumidor se tornou mais importante que ser cidadão quando o Estado se tornou empresarial, que pessoa evangélica é a que frequenta as paredes pretas?

A arquitetura de igrejas tradicionais contribui na criação de memórias, pois existe uma particularidade: aquela cruz, aquele púlpito, a pia ou o tanque batismal, por exemplo. As paredes pretas são uniformes, tudo é preto e escuro; só há um telão na sua frente. A estética é feita para proporcionar experiência, para produzir imagens e vídeos “instagramáveis”. Associadas às músicas, cujas letras e melodias que têm forte apelo emotivo, cria-se realmente uma experiência muito agradável de participar.

Todas estas características de uma igreja sem cara de igreja e cujos rituais e liturgias são transformados em serviços, em que músicas apelam para as emoções e pregações para resolução de problemas pessoais e foco exagerado no indivíduo, encontram um público cuja piedade religiosa já é tradicionalmente bastante individualista.

⁷⁵ <https://hillsong.com/brazil/pt/saopaulo/empreendedores/>

⁷⁶ *Idem.*

⁷⁷ *Ibidem.*

⁷⁸ *Ibidem.*



A piedade individualista do evangelicalismo brasileiro

Há uma clássica classificação do evangelicalismo brasileiro feita por Próculo Velasquez e Antônio Gouvêa de Mendonça: protestantismo de missão, protestantismo de imigração e pentecostalismo. O protestantismo de imigração basicamente está restrito ao luteranismo, herdeiro da imigração alemã. O restante é herdeiro das missões americanas e do pentecostalismo, que também é de origem americana (Mendonça & Velasques, 1990).

A piedade que aqui chegou era extremamente pietista, puritana e individualista. A preocupação estava com a salvação das almas, nada com as questões sociais do país. Além disso, os próprios missionários americanos também acreditavam que eles pertenciam à nação eleita de Deus, os EUA, com enorme preconceito à cultura brasileira, que deveria ser rejeitada pela influência do catolicismo e da cultura africana e indígena (Piedra, 2007).

Esta pesquisa defende que a junção de extremo pietismo e puritanismo (sem preocupação social, somente com a alma), a rejeição da cultura brasileira e a educação por missionários que acreditavam em destino manifesto, criou um *ethos* paradoxal no evangelicalismo brasileiro. Ao mesmo tempo, cria uma sensação de que são especiais, melhores, por serem um “povo eleito”, “separado”, mas com uma espécie de “dupla viralidade”, por serem não apenas brasileiros, mas brasileiros evangélicos com um eterno medo de perseguição religiosa, privados de plena cidadania como foi até 1891. Dom Robinson Cavalcanti chamava isso de “mentalidade de gueto” (Cavalcanti, 2002).

Esta “mentalidade de gueto”, em parte, foi responsável por um ascetismo profundo no evangelicalismo brasileiro, que ajudou a criar a antiga atitude de “crente não se mete em política”, “política é coisa do cão”. Tudo começa a mudar no final da década de 1970, quando os evangélicos americanos resolvem entrar na política com pautas conservadoras como uma reação à “revolução sexual” dos anos 1960. Em pouco tempo, as igrejas brasileiras copiarão suas “mães” americanas.

Todo esse *ethos* encontra na racionalidade neoliberal um lugar perfeito para florescer. As preocupações são autocentradas, os problemas presentes nas pregações dos pastores são quase que exclusivamente os mesmos: família, saúde e vida financeira. Mesmo o emprego não é visto como uma questão estrutural, mas apenas espiritual como “portas abertas” de Deus. Mas, apesar de tudo isso, nas igrejas tradicionais ainda existe um forte senso de comunidade. A confessionalidade, a liturgia, os rituais ajudam a criar laços de pertença, as pessoas podem dizer “eu sou luterano”, “eu sou assembleiano” e por aí vai. Quem frequenta uma “parede preta”, em que sua denominação muitas vezes só existe em sua cidade, está privado dessa identidade de comunidade mais ampla.

Não é sem motivo que as “paredes pretas” se desenvolveram no Brasil no fim da década de 1990, após a abertura comercial e a neoliberalização da economia feita a partir do governo Collor. Suas primeiras lideranças vieram de igrejas tradicionais, muitos de seus fiéis são jovens evangélicos, cujos pais são membros de igrejas tradicionais. Este *ethos*



individualista já está presente neles e ganha, na racionalidade neoliberal, maturidade. A igreja estruturada para ser um ambiente que proporciona uma boa experiência, com cultos se transformando em eventos, é muito fácil criar um senso de um coletivo de indivíduos e não de uma comunidade. Seria coincidência Margaret Thatcher, a mulher que disse que a sociedade não existe, mas apenas indivíduos, ser citada por André Fernandes, pastor da Lagoinha Alphaville, em sua pregação?

Capitalismo como ordem natural

Há uma longa tradição de acadêmicos, de Max Weber a Edward Thompson, que investigam a relação entre protestantismo, mais especificamente o calvinismo, e o desenvolvimento do capitalismo. No caso de Weber, a defesa da ética calvinista, da frugalidade, do individualismo como essenciais para o desenvolvimento do capitalismo. Em Thompson, a ideia de um “casamento perfeito” entre a ética puritana e a disciplina na fábrica. André Biéler, um especialista no pensamento econômico de Calvino, vai um pouco além e também destaca a noção divina da propriedade privada que existe no calvinismo, citando o próprio Calvino em sua obra magna *Institutas da Religião Cristã*:

Sabemos que o Senhor não dá a todas suas dádivas em igual medida, antes, distribui-as diversamente como bem lhe parece, de sorte que uns têm mais do que outros (I Co 12.7; Ef 4.7). Quaisquer dádivas, porém, que o Senhor nos tenha outorgado, saibamos que isto nos é confiado à guarda como dinheiro, a fim de que produza ganho e lucro. Nada há mais desarrazoado do que enterrar e não aplicar a qualquer uso proveitoso as graças de Deus cuja virtude é propriamente em produzir fruto (Calvino adup Biéler, 2012: 433).

Essa noção de propriedade privada é o que influenciou John Locke, criado em uma família puritana, e cujo círculo de solidariedade era calvinista. Locke entende que o direito à propriedade privada é natural, dado por Deus (Locke, 1994). Não é novidade que Locke é um dos filósofos que mais influenciaram as ideias que fundaram os EUA, explicitadas na Declaração de Independência de 1776. Adam Smith também se utiliza do pensamento de Locke em *A Riqueza das Nações*.

Paradoxalmente, esta ética calvinista ajudou a moldar a transformação de uma ética do homem cristão baseada na virtude, para a ética do homem econômico, baseada no interesse. Afinal, foi Adam Smith, na *Teoria dos Sentimentos Morais*, que afirmou sobre não ser da benevolência do padeiro que temos nosso pão, mas da busca por seus próprios interesses. E é justamente a mudança desta ética, da virtude cristã para o interesse individual, que foi a base para o desenvolvimento do homem econômico, indispensável para o desenvolvimento do pensamento neoliberal (Paulani, 2005).

Calvinistas, inclusive, estão na origem do partido Whig, gênese do partido liberal no Reino Unido. Portanto, é fácil compreender o porquê de calvinistas, evangélicos americanos e brasileiros tenderem a defender o liberalismo econômico. Dardot e Laval também identificam que a fé é um elemento fundamental para o desenvolvimento do capitalismo. Os autores enfatizam este ponto baseados na defesa da fé para o



desenvolvimento do capitalismo feita por George Gilder, em *Wealth and Poverty*, que, segundo eles, foi o autor que defendeu com mais eloquência a relação entre valores e neoliberalismo:

“Trabalho, família e fé são os únicos remédios para a pobreza. Estes três meios estão ligados, já que é a família que transmite o sentido de esforço e a fé. Casamento monogâmico, crença em Deus e espírito de empresa são os três pilares da prosperidade, uma vez que nos livramos da ajuda social, que apenas destrói a família, a coragem e o trabalho.” (Dardot&Laval, 2016: p. 212)

Porém, evangelicalismo não é sinônimo de toda a tradição protestante, mas parte dela. Apesar de a palavra “evangélico” já ter surgido no século XVI para designar cristãos que aderiram à Reforma Protestante, a expressão mudou paulatinamente de sentido a partir do século XVIII com um fenômeno que ficou conhecido como o Grande Despertar. O Grande Despertar foi um fenômeno de “avivamento” que despertou mais fervor religioso e fez surgir inúmeros pregadores itinerantes e novas denominações. Sua teologia e, especialmente, sua liturgia começam a se diferenciar e a se distanciar das tradições teológicas da Reforma Protestante, como luteranismo e anglicanismo, mas não tanto do calvinismo; muitas dessas igrejas até se identificam como calvinistas.

Na Inglaterra e nos EUA surgiram instituições interdenominacionais que congregavam todas as igrejas que se definiam como evangélicas, como, por exemplo, a NAE, *National Association of Evangelicals* dos EUA. Em seu site há um cronograma com todas as denominações filiadas e tradições teológicas. Segundo a NAE, são evangélicos aqueles que pertencem às seguintes tradições: Reformados (calvinistas), Igrejas Livres, Batistas, Anabatistas, Pietistas (movimento que surgiu dentro do luteranismo, mas que se expandiu para fora dele), Wesleyanos, Movimento de Santidade, Pentecostais, Carismáticos, Não-denominacionais (a maioria “paredes pretas”) e adventistas do sétimo dia. Vê-se claramente a exclusão de luteranos e anglicanos, que nos EUA são chamados de Episcopais.

Esses evangélicos foram e ainda são bastante influentes na cultura americana. Com uma forte mídia independente, popularizaram conceitos teológicos do calvinismo e do pentecostalismo. Tanto que Kristin Du Mez afirma que evangélico hoje é sinônimo de uma cultura evangélica que mescla elementos teológicos do calvinismo e do pentecostalismo (Du Mez, 2022). O evangelicalismo não-denominacional brasileiro entra nesse contexto. Sua teologia é mais parte de uma cultura calvinista-pentecostal do que uma nova tradição teológica específica.

Por causa da influência da cultura teológica calvinista, e pelo fato de a origem desse tipo de igreja, a que chamo neste artigo de “paredes pretas”, ser nos EUA, o capitalismo é visto como natural, como parte do desenvolvimento da história humana. E se essa é a ordem natural, de certa forma é parte da criação de Deus. Portanto, a estética e a lógica dos oligopólios capitalistas não causam estranhamento se levadas também para administrar uma igreja. O excesso de anglicismo é uma prova. Assim como o mundo dos negócios gosta de muitas expressões em inglês, o nome de muitas dessas igrejas e de seus departamentos também são em inglês.

Na Zion Church, até o processo de se tornar membro da comunidade tem linguagem empresarial. Tradicionalmente, igrejas evangélicas usam expressões como curso de batismo, curso de membro, catecumenato, discipulado, para designar o período em que o fiel estuda a teologia da igreja e decide se tornar membro ou não. Tradicionalmente, são aulas; em muitas igrejas, todos aqueles que querem se tornar membros são reunidos em uma classe de Escola Bíblica Dominical.

Mas, na Zion Church, é preciso fazer o “Processo Raízes”. Consiste em realizar uma pré-inscrição, esperar a abertura de um “novo ciclo”, para então confirmar a inscrição e participar de um *workshop*. Nele será abordada uma série de palestras em que “as pessoas poderão conhecer a história da Zion Church, a visão, missão e os valores da igreja, bem como os princípios que regem o como, o porquê e o que fazemos”⁷⁹. Após participar do *workshop*, segue-se para o *Follow up*, que, segundo a Zion Church:

“nada mais é do que uma conversa individual com cada participante, onde queremos entender melhor os motivos que o leva a querer se tornar um membro da Zion, para conhecer sua história de vida e também o seu chamado. É um momento marcante e poderoso, onde orações e propósitos são alinhados com a busca pela vontade e confirmação de Deus.”⁸⁰

Depois disso, a pessoa enfim seguirá para um retiro de três dias, em que tomará sua decisão em público de ser membro da igreja. O processo nada convencional de membresia da Zion Church é muito parecido com cursos corporativos: palestras, mentorias, reuniões em grupo. Além da linguagem e da forma, a estética também lembra mais o mundo corporativo do que uma igreja. Vê-se no portal da igreja, na página em que apresenta o “Processo Raízes”, pessoas com crachás, aparentando mais participantes de eventos corporativos, como pode-se ver na imagem abaixo:



Fonte da imagem: <https://zionchurch.org.br/raizes>

⁷⁹ <https://zionchurch.org.br/raizes>

⁸⁰ Idem.

Aliás, nessas igrejas tudo é evento, é acontecimento, não existe mais o simples culto. Como foi abordado anteriormente, não existe mais o culto de jovens, agora é o “Flow” e o “Rise”. Todos os argumentos e observações abordados até aqui são perfeitamente aceitáveis para afirmar que essas igrejas usam técnicas empresariais. Por exemplo, na Lagoinha Alphaville, a página de apresentação do batismo é semelhante a um grande evento. Há vídeo mostrando o batismo como um grande acontecimento, chegando a ter até recomendações de hotéis, com diárias que vão de 330 a 485 reais.



Fonte da imagem: <https://batismo.lagoinhaalpha.com.br/>

Fica claro que não é um simples batismo, é um grande acontecimento. Também não é mais um ritual religioso, um sacramento, mas um ato, um testemunho público de que a pessoa fez a melhor escolha da sua vida. Ela escolheu seguir Jesus na Lagoinha, e essa é a grande diferença para um batismo tradicional em uma igreja evangélica. A melhor escolha da vida da pessoa não é seguir Jesus, mas seguir Jesus em determinada igreja. A mensagem que passa é que a pessoa faz parte de algo grande, fascinante. Não é à toa que o slogan da Onda Dura é: “Estamos construindo uma igreja extraordinária”. Quem não quer fazer parte de algo extraordinário? No fim, é como se a igreja insinuasse que a pessoa fechou o melhor negócio da sua vida.

Como uma última análise para este artigo, fica o discurso do pastor, que pode também ser visto como um *coach*. O tipo de pregação, a entonação, toda a construção narrativa de grande parte dos pastores das “igrejas de paredes pretas” assemelha-se demais a palestras motivacionais, como pode-se ver nesta pregação do pastor André Fernandes, da Lagoinha Alphaville:

“Irmão, você precisa olhar pro teu negócio e pensar o que Deus pensa. Pai, o senhor é o Deus da provisão. A tua palavra diz que o senhor é o dono do ouro e da prata. Eu preciso de tão pouco pra romper, mas eu não vim aqui te pedir como um favor, eu vim aqui Pai acessar a minha herança, eu sou teu filho e eu tenho liberdade pra acessar tudo o que eu preciso. A tua palavra diz que o Senhor nunca viu um justo mendigar o pão ou sua descendência passar fome. Jesus, eu acesso hoje a riqueza do tipo de Deus, eu acesso hoje Pai a prosperidade bíblica, recebo hoje uma colheita superabundante, toda sementeira que eu já liberei ao longo dos anos. Pai, eu creio que vai vir sobre a minha



casa 30, 60 até 100 vezes mais. A tua palavra diz que o generoso prosperará, aquele que dá alívio a outros, alívio receberá. Jesus, eu já fui generoso em tantos momentos, eu anseio pela generosidade bíblica, eu anseio Pai pelo transbordo. Abre as comportas dos céus, libera sobre mim Pai uma colheita superabundante, para que todos vejam que o Senhor é bom e cuida dos seus em todo o tempo”.⁸¹

A prova de que esses pastores são mais vistos como *coachs* do que como pastores pode ser vista na participação de Deive Leonardo na programação oficial do São João de Campina Grande, na Paraíba. O pastor foi anunciado como a única atração do dia 18 de junho de 2024. Além de se assemelham a uma empresa, também é possível questionar se há recorte de classe nessas igrejas. O exagerado anglicismo, não apenas nas expressões dos pastores durante as pregações, mas no próprio nome das igrejas, no nome dos cultos de jovens, nos movimentos da igreja, no próprio processo para se tornar membro, já dá uma pista do público-alvo. No mais, a indicação de hotéis, cujas diárias são um terço de um salário mínimo, para participar do evento do batismo, evidencia que essas igrejas são pensadas para a classe média e média alta.

Considerações Finais

Este artigo procurou, mesmo que de forma bastante inicial, definir o que é o evangelicalismo não-denominacional, suas origens, crenças e práticas. Porque acreditam que o capitalismo é a ordem natural da vida, e dessa forma imitam as práticas dos grandes oligopólios, transportando-as para a “gerência” de uma igreja.

Esse tipo de igreja só é possível de existir em tempos de neoliberalismo, entendido aqui como uma racionalidade que abrange todas as esferas da vida, a partir da obra de Pierre Dardot e Christian Laval. O artigo procurou analisar como igrejas evangélicas conhecidas como “paredes pretas” evidenciam a veracidade da tese de Dardot e Laval no campo religioso, comparando com o que aconteceu na transformação do Estado para um Estado empresarial, desde a linguagem até a arquitetura.

E a tese de Dardot e Laval fica mais evidenciada ainda pois, ao que parece, não há constrangimento por parte dessas igrejas pelo fato de que se assemelham a empresas em suas práticas; muito pelo contrário, parece haver conforto. Talvez porque ao considerarem que o capitalismo é a ordem natural, trazer práticas empresariais para serem utilizadas em igrejas seja também natural. Portanto, este artigo traz ao debate do campo da economia política no Brasil uma contribuição relevante ao ampliar seus horizontes também para o campo do debate religioso no Brasil, tão presente hoje no debate público brasileiro.

⁸¹ Entre os minutos 47:05 e 48:12 do link a seguir <<https://www.youtube.com/watch?v=aOj1rqxhHKI>>



Referências

- BIÉLER, André. *O pensamento econômico e social de Calvino*. São Paulo: Cultura Cristã, 2012.
- CAVALCANTI, Robinson. *Cristianismo e Política - Teoria Bíblica e Prática Histórica*. Viçosa: Editora Ultimato, 2002.
- CALVINO, João. *As institutas da religião cristã, Vol. II*. São Paulo: Editora UNESP, 2009.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Chistian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DU MEZ, Kristian Kobes. *Jesus e John Wayne: como o evangelho foi cooptado por movimentos culturais e políticos*. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2022.
- LOCKE, John. *Segundo Tratado sobre o governo civil – e outros escritos: ensaio sobre a origem, os limites e os fins verdadeiros do governo civil*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MENDONÇA & VELASQUES FILHO. Antônio Gouvêa de; Prócoro. *Introdução ao protestantismo no Brasil*. São Paulo: Edições Loyola, 1990.
- PAULANI, Leda. *Modernidade e discurso econômico*. São Paulo: Boitempo, 2005.
- PIEDRA, Arturo. *Evangelização protestante na América Latina: análises das razões que justificaram e promoveram a expansão protestante (1830-1960)*. São Leopoldo: Sinodal, 2007.
- THOMPSON, Edward Palmer. *Costumes em comum, estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Companhia das letras, 1998.
- WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Companhia das letras, 2004.
- KIMBALL, Dam. *A igreja emergente: cristianismo clássico para as novas gerações*. São Paulo: Vida, 2008.