

“PROJETO AMAR (PA) E CHRISTIAN METAL FORCE (CMF): EXPERIÊNCIAS RELIGIOSAS
E VIVÊNCIAS DA CIDADE ENTRE GRUPOS JOVENS DA IGREJA RENASCER EM CRISTO
EM FLORIANÓPOLIS”

MARIANA TAUBE ROMERO (UDESC).

Este texto tem como intenção apresentar alguns resultados da minha pesquisa de Mestrado realizada no ano de 2004 em Florianópolis. Este trabalho teve como objetivo geral estudar como indivíduos pertencentes a dois ministérios juvenis neopentecostais¹ - o PA (Projeto Amar) e o CMF (Christian Metal Force), vivenciam nos dias de hoje sua religiosidade no contexto urbano, articulando suas experiências e trajetórias religiosas com as noções de consumo, mercado, pluralismo e, sobretudo, trânsito e escolha pessoal no campo das religiões.

Optei por estudar indivíduos pertencentes e/ou freqüentadores da Igreja “Renascer em Cristo” em Florianópolis, por ela ser uma instituição pentecostal que, desde a sua criação, carrega uma marca jovem e adepta de novas linguagens e estéticas. A Renascer nacional possui uma história recente e faz parte das igrejas do chamado ramo neopentecostal, as quais, em grande parte, aboliram “usos e costumes”² e passaram a utilizar, em certa medida, a linguagem da sociedade secular. Além disso, é uma igreja que prega a Teologia da Prosperidade³ com grande ênfase e que procura criar uma imagem de igreja “moderna” e “aberta” a diferentes expressões, como as musicais.

Esta pesquisa analisou, dentre outras coisas, as formas de inserção social desta instituição neopentecostal na cidade de Florianópolis: sua visibilidade, dinamicidade, luta e competição dentro do mercado religioso e secular, bem como a relação de seus fiéis com o consumo, aspectos transnacionais, mídia, internet, indústria fonográfica gospel, (mega)eventos produzidos por ela. Tanto a “Renascer em Cristo” nacional quanto a Igreja Renascer de Florianópolis fazem adeptos, sobretudo, entre as camadas médias urbanas e atraem para si,

em grande parte, um público jovem, através de produtos e linguagens produzidos especificamente para estes segmentos⁴.

Nacionalmente, a instituição é dona da marca gospel; criou e coordena a Marcha Para Jesus – maior evento interdenominacional anual que ocorre em várias cidades do país simultaneamente (normalmente no mês de junho) - e outros megaeventos evangélicos; tem várias bandas conhecidas no meio evangélico nacional; possui rádios, canal de televisão, revistas e jornais distribuídos pelo país; utiliza largamente a internet como meio de propagação, evangelização e acesso ao religioso.

Portanto, faz parte do que a liderança da instituição chama de “visão Renascer” estar profundamente inserida na sociedade e utilizar-se dos símbolos e valores desta sociedade circundante para fundar uma marca própria e atrair segmentos específicos da população. Esta inserção na sociedade e esta não-negação do mundo existentes na visão da Renascer ajudam a plasmar e reforçam valores e éticas de vida específicos consumidos e vivenciados por parte das camadas médias, aqui em particular, da cidade de Florianópolis.

Esta parcela da população caminha junto com uma nova configuração urbana que está se desenhando em Florianópolis, uma cidade que está se transformando rapidamente. Dentre outras coisas, Florianópolis recebe novos habitantes, onde se incluem de maneira destacada, setores de camadas médias, uma população em grande parte migrada dos grandes centros urbanos do país; que traz consigo e está inserida em uma cultura urbana especializada e fundamentada nos valores capitalistas; que consome e é desejosa de consumir; que possui razoável escolarização e um bom grau de mobilidade, de circulação e de acesso a tecnologias, mercadorias e informações.

Dentre estes valores produzidos e consumidos por estes habitantes de camadas médias da cidade, e que são redefinidos pela Igreja Renascer com uma roupagem cristã, estão os

ideais fundamentados no individualismo e na valorização pessoal, na busca pela felicidade, pelo sucesso e prosperidade em todos os níveis da vida. A propósito, são vários os campos por onde estes valores circulam: o da saúde – (que inclui a medicina - alternativa ou não; a educação física; a nutrição; a psiquiatria e a psicologia); o da literatura; o da filosofia; o da música; o do marketing e da administração de empresas, o do lazer; o dos movimentos esotéricos e religiosos.

O trabalho analisou como estes novos valores, típicos dentre outras coisas de uma certa “linguagem Nova Era⁵”, são pensados e construídos pela Igreja Renascer, especialmente através de uma linguagem “psicologizada” e voltada para o pensamento positivo. Tal linguagem é produzida, acima de tudo, sobre as bases da chamada Teologia da Prosperidade, o que faz da Igreja uma espécie de “porta-voz” e produtora destas novas práticas, anseios e projetos de vida.

Neste sentido, concebendo a Renascer e seus líderes enquanto porta-vozes de linguagens autorizadas, bem como investidos de poder pelos seus fiéis, a pesquisa entendeu que a instituição produz e reproduz um aparato simbólico que ajuda a construir, reproduzir e legitimar estes novos valores e práticas de vida (BOURDIEU, 1998). Por outro lado, tais valores se constituem em uma via de mão dupla, porta-vozes especializados – fiéis, mas também perpassam e estão presentes, de forma fragmentada e desigual, em diferentes campos neste meio urbano por onde estas pessoas transitam.

Em específico, este trabalho procurou apontar como estes anseios, projetos e éticas de vida construídas, reproduzidas e reforçadas pela Igreja Renascer em Cristo norteiam as vidas de certos integrantes dos dois grupos juvenis, do PA (Projeto Amar) e do CMF (Christian Metal Force), indivíduos na sua maioria de camadas médias urbanas da cidade, desejosos, por um

lado, por encontrar equilíbrio pessoal, uma vida “mais espiritualizada” e diferentes formas de estar-junto, e, por outro, por alcançar sucesso e ascensão profissional e financeira.

O PA (Projeto Amar) é o ministério juvenil mais numeroso e consolidado da instituição. É, sobretudo, um grupo de apoio institucional, que possui um engajamento intenso nos trabalhos da Igreja e que deseja seguir carreira ministerial. Muitos PAs já transitaram por outras formas de crenças, evangélicas ou não, e optaram por estar na Renascer hoje por diferentes motivos: “é uma igreja voltada para jovens”, “é próxima de casa”; “é uma igreja mais aberta”, “mais avivada”, “mais moderna”, “é uma igreja alegre, agitada”. Uma postura consumidora se faz presente quando o assunto é escolha pela Renascer. Chegaram à Igreja de diferentes maneiras: através de eventos interdenominacionais; através de programas de rádios; pela divulgação geral da Renascer (folders, evangelização nas ruas).

Entre os PAs a busca por prosperidade pessoal se faz presente, ainda que façam uma leitura própria da Teologia da Prosperidade onde o trabalho, tanto o secular quanto o espiritual, torna-se tão importante no dia a dia quanto a fé, a positividade, a relação pactual com Deus através da contribuição com o dízimo. Mas de qualquer maneira, seus projetos de vida e atuação ligam-se aos seus desejos de ascensão e prosperidade pessoal.

Entre os membros do grupo, suas vivências religiosas e de lazer em muitos casos se misturam, se confundem. Fora do espaço da Igreja envolvem-se em atividades de lazer e trabalho ligadas diretamente à Igreja e em atividades interdenominacionais. O intenso contato entre os PAs e outros grupos e indivíduos evangélicos traz à tona a delimitação de fronteiras entre eles. Ainda que a identidade evangélica seja sempre reforçada, ser da Renascer é fazer parte de uma igreja “aberta”, “moderna”, em contraste com outras igrejas mais “tradicionais” ou “fechadas”⁶.

Os PAS são pessoas inseridas no mundo e consomem o que é do mundo e, neste sentido, lidam com as coisas do mundo de uma forma específica: não namorar não-cristãos⁷; abster-se de sexo antes do casamento; não beber em excesso; não freqüentar locais impróprios para cristãos; escolher com cuidado o que assistir na televisão; ouvir música secular com moderação, preferindo as evangélicas; ler a Bíblia e literatura cristã, são atividades reafirmadas por eles como saudáveis para um bom cristão.

A pesquisa procurou neste ponto, pensar quais os limites existentes entre os preceitos defendidos pela Igreja e suas práticas de vida; os embates, tensões, formas de vigilância e governo de si construídos pelos PAS, mas também como explicam suas ações, como criam estratégias e táticas para atuar no mundo secular sem violar seus códigos e valores cristãos. Entre os PAS, os valores citados acima como individualismo; busca espiritual, por ascensão social, pelo consumo, bem como pela felicidade e por experiências emocionais e extáticas, permeiam suas vivências cotidianas e suas experiências religiosas.

Se entre os PAs o aparato simbólico produzido pela Igreja de perpetuação do modelo institucional e formação de líderes se mostra muito eficaz, entre os CMFS (Christian Metal Force), estes bens simbólicos parecem passar à margem das suas necessidades. O CMF é um ministério nacional criado recentemente pela Renascer de Florianópolis (tem cerca de um ano e meio). É um grupo “underground”⁸ voltado para a evangelização urbana, para a musicalidade e sua atuação se dá essencialmente fora do espaço do templo, em locais seculares: bares, shows e festivais musicais.

A pesquisa procurou mapear suas experiências de crenças familiares, trajetórias e escolhas pessoais religiosas ao longo da vida. Grande parte dos CMFs é filho de evangélicos de outras igrejas, o que leva a pensar sobre opção, liberdade de escolha e trânsito entre os CMFs dentro de um mesmo sistema cultural, de um mesmo sistema de crenças

(GEERTZ:1989). Sobretudo, em se tratando especificamente deste grupo, há diferentes formas de engajamento, de relacionamento com a Renascer e de pertencimentos religiosos construídos pelo movimento e por estes indivíduos CMFs. Alguns negam ser evangélicos ou serem da Renascer (a relação se dá com a música e com o grupo), outros não freqüentam assiduamente o templo, ou mesmo não fizeram os cursos de formação teológica e de lideranças da Igreja (nem mesmo os conhecem).

Entre eles se constrói um discurso “anti-religiosidade”⁹ (próprio das igrejas do ramo pentecostal) que se transforma algumas vezes em um discurso “anti-igreja”, como estratégia para atrair “aqueles que não gostam de igrejas” para o programa. Por isso, esta pesquisa também procurou mostrar que a identidade CMF se constitui em grande parte, no interior do campo evangélico e para além dele, a partir da noção de estigma e desvio (GOFFMAN:1978 & BECKER:1977). Há uma constante negociação entre o programa e a instituição e o grupo é olhado com desconfiança pelo meio evangélico mais tradicional.

Entre os CMFs há quase que um abandono de uma certa “cultura evangélica”: há experiências de “namoros mistos”¹⁰, ouvem música secular sem restrições, freqüentam shows e festas seculares, se relacionam nas horas de lazer com pessoas que não estão no CMF; circulam entre diferentes grupos juvenis da cidade; trocam e produzem estilos. Neste caso, o conceito de rede foi usado para pensar tanto em circulação quanto em marca CMF (BELLAVANCE:1999) na cidade. A pesquisa procurou acompanhar o trânsito destes CMFs por diferentes espaços e entre diferentes grupos juvenis da cidade, atentando-se para a construção de uma marca própria CMF, em meio a uma profusão de símbolos, estilos e modas super-utilizados por estes grupos com os quais o CMF compartilha, troca e disputa capital simbólico.

Os CMFs são grandes consumidores das coisas do mundo e das coisas que circundam o meio underground e metal. Por outro lado, não são grandes consumidores de “produtos

propriamente evangélicos”, aqui entendendo produtos evangélicos não só como mercadorias materiais, mas também práticas, hábitos cotidianos e vivências de mundo, o que demonstra, em certa medida, que em suas experiências religiosas, as esferas secular e religiosa estão profundamente ligadas. Assim, dentro desta ampla rede de relações, informações e trocas da qual os CMFs fazem parte, ser CMF e viver o CMF é mais uma forma de ser no mundo e mais uma maneira de inserir-se nele, deixar suas marcas, de participá-lo e consumi-lo.

Por outro lado, as escolhas e as experiências religiosas e sociais vivenciadas cotidianamente pelos CMFs na cidade de Florianópolis também ligam-se àquele movimento descrito acima de uma certa busca por espiritualidade; religiosidade; equilíbrio; felicidade; pelo direito ao consumo; por experiências lúdicas e emocionais; por novas formas de estar-junto.

Na verdade, os dois grupos estudados refletem uma tendência ao consumo ou super-consumo das coisas que o mercado tem a oferecer a estes segmentos, seja no campo religioso, seja no campo secular. Aliás, os dois campos se misturam e não há separação possível entre eles: autonomia religiosa, liberdade de opção, consumismo, busca espiritual e por prosperidade pessoal em todos os níveis da vida, individualismo e fragmentação. Enfim, estes elementos são faces da mesma moeda, das mesmas maneiras de encarar e participar do mundo, próprios destes indivíduos que vivenciam a cidade de Florianópolis hoje, enquanto membros e participantes de uma confissão religiosa que, para eles, cria e incentiva formas institucionais de atuação.

¹ Neopentecostalismo é denominado o movimento pentecostal mais recente, pós década de 1970 que tem como seu maior representante a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Para maiores informações ver MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo, Loyola, 1999 & FRESTON, Paul. Breve história do pentecostalismo no Brasil. In: ANTONIAZZI, Alberto; MARIZ, Cecília Loreto; SARTI, Ingrid et al. **Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

² O termo “usos e costumes” é utilizado para identificar certos preceitos teológicos defendidos especialmente por algumas igrejas pentecostais clássicas ou tradicionais, dentre eles, de que o servo de Deus precisa usar certas vestimentas e se privar de certos hábitos considerados impróprios ou pecaminosos, como por exemplo, o uso de calças, maquiagem, corte de cabelos ou acessórios pelas mulheres. O termo tem relação também com a ideia de privação e negação das coisas consideradas mundanas, como ouvir músicas não-evangélicas, assistir televisão, etc. A questão da abolição dos usos e costumes é uma das mais controversas hoje dentro do campo pentecostal.

³ Resumidamente, a Teologia da Prosperidade “é uma doutrina segundo a qual todos os fiéis – aqueles que passaram pelo processo de conversão (...), são filhos de Deus, ou melhor, do rei. Deus os tornou seus filhos para serem abençoados e obterem sucesso em seus empreendimentos” (SIEPIERSKI:2001, 61). A positividade e o tom imperativo da Palavra dirigida a Deus nos rituais de prosperidade - “eu não serei mais empregado, serei patrão” - é a mola propulsora do resultado positivo, e o pagamento do dízimo, a certeza da obtenção do sucesso em tudo que o fiel deseja. O fiel é merecedor disto e é dever de Deus atender aos seus pedidos.

⁴ Os critérios utilizados nesta pesquisa para se atribuir aos integrantes dos dois grupos da Igreja analisados a categoria camadas médias não foram os mesmos critérios utilizados pelo IBGE: renda familiar, tipo de habitação, despesas mensais. Como não tive acesso a este tipo de informação durante a pesquisa, estou utilizando alguns critérios diferentes, como escolaridade; investimento em educação; empregabilidade; acesso a tecnologias (em especial computador e internet); formas de consumo e hábitos cotidianos entre estes indivíduos pesquisados. Este perfil sócio-econômico “mais de camadas médias” encontrado entre os membros da Igreja Renascer é confirmado por pesquisas feitas sobre a Renascer em Cristo (Ver MARIANO, Ricardo (1999) & SIEPIERSKI, Tadeu (2001)) e é reforçado pela liderança da instituição.

⁵ Segundo Alexandre Fonseca “a Nova Era é definida como um movimento não organizado, que acontece mundialmente neste final de século (refere-se ao final do século XX, mas continua ocorrendo), caracterizando-se pela adoção de uma série de sistemas de crenças, advindos de outras religiões ou organizações”. (FONSECA:2004,01). Inclui práticas terapêuticas naturais, preceitos esotéricos e releitura de religiões orientais sob uma perspectiva ocidentalizada.

⁶ Aqui estou usando expressões “nativas”, mas quero deixar claro que os termos “mais aberta”, “mais moderna”, ou sua oposição, “mais fechada” ou “mais tradicional”, trazem em si ambigüidades que são discutidas ao longo do trabalho.

⁷ O termo “não-cristão” carrega em si certa ambigüidade. Ao mesmo tempo em que ser um “não-cristão” pode representar para eles aquelas pessoas que vivenciam formas de religiosidades não ligadas ao cristianismo, ou mesmo que não vivenciam nenhuma forma de religião, por outro lado, pode ser pensado como aquelas pessoas que ainda que tenham vínculos religiosos cristãos, estes vínculos não são considerados legítimos por eles e pela Igreja da qual fazem parte (como algumas formas de catolicismo, por exemplo).

⁸ Aqui o termo underground é utilizado do ponto de vista do nativo (tomando emprestado uma expressão da Antropologia). De qualquer maneira, na pesquisa tal termo é tomado como uma expressão genérica que engloba diferentes estilos produzidos, reproduzidos e consumidos pelo grupo: metal, punk, gótico, neohippie, etc.

⁹ O termo religiosidade dentro do discurso pentecostal está relacionado com a noção de idolatria, magia e superstição, ou mesmo, com a idéia de cumprimento de sacramentos de forma automatizada, com algo que “não se faz de coração”.

¹⁰ Aqui atribuo a expressão “namoro misto” aos casos de membros do CMF que namoram pessoas que não se consideram evangélicas e/ou não freqüentam igrejas evangélicas.