

O Cristianismo Descolado: A Hillsong e a Criação de Identidades Cosmopolitas

CRISTINA ROCHA



ABA PUBLICAÇÕES

O Cristianismo Descolado: A Hillsong e a Criação de Identidades Cosmopolitas

**COMISSÃO EDITORIAL DE LIVROS CIENTÍFICOS
DA ABA – CELCA (GESTÃO 2023–2024)**

Coordenador

Carlos Alberto Steil (UFRGS, UNICAMP)

Vice–Coordenadora

Tânia Welter (IES)

Integrantes

Edimilson Rodrigues (FAMES)

Eva Lenita Scheliga (UFPR)

Marcelo Moura Mello (UFBA)

Martina Ahlert (UFMA)

Nathanael Araújo da Silva (Unicamp)

CONSELHO EDITORIAL

Andrea Zhouri (UFMG)

Antonio Augusto Arantes Neto (Unicamp)

Carla Costa Teixeira (UnB)

Carlos Guilherme Octaviano Valle (UFRN)

Cristiana Bastos (ICS/Universidade de Lisboa)

Cynthia Andersen Sarti (Unifesp)

Fabio Mura (UFPB)

Jorge Eremites de Oliveira (UFPEL)

Maria Luiza Garnelo Pereira (Fiocruz/AM)

María Gabriela Lugones (Córdoba/Argentina)

Maristela de Paula Andrade (UFMA)

Mónica Lourdes Franch Gutiérrez (UFPB)

Patrícia Melo Sampaio (Ufam)

Ruben George Oliven (UFRGS)

Wilson Trajano Filho (UnB)

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA
DIRETORIA (MANDATO 2025–2026)**

Presidenta

Luciana de Oliveira Dias (UFG)

Vice–Presidência

Henyo Trindade Barretto Filho (UnB)

Secretária Geral

Waldemir Rosa (UNILA)

Secretária Adjunta

Juliana de Farias Mello e Lima (UERJ)

Tesouraria Geral

Silvana de Souza Nascimento (USP)

Tesouraria Adjunta

Jacqueline Moraes Teixeira (UnB)

Diretora

Flávia Melo da Cunha (UFAM)

Diretoria

Antônio Hilário Aguilera Urquiza (UFMS)

Flavia Medeiros Santos (UFSC)

Lucybeth Camargo de Arruda (UFOPA)

Vera Rodrigues (Unilab)

DOI: 10.48006/978–65–87289–44–1

Agradecemos à Fundação Ford e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq processo 409903/2022–1) pelo apoio recebido.

ABA PUBLICAÇÕES

www.portal.abant.org.br

UNB – Campus Universitário Darcy Ribeiro – Asa norte

Prédio do ICS – Instituto de Ciências Sociais

Térreo – Sala AT–41/29 – Brasília/DF

CEP: 70910–900

O Cristianismo Descolado: A Hillsong e a Criação de Identidades Cosmopolitas

DOI: 10.48006/978-65-87289-44-1

CRISTINA ROCHA

ABA PUBLICAÇÕES

 **TRIBO
ILHA**
EDITORA

Copyright ©, 2025 da autora

Tradução

Alexia W. de Araujo
Amanda Iost Camacho
Caroline Milan Guarnieri
Diego dos Santos Ribeiro
Giane Luchi da Silva
Hector Webber Tech
Henrique de Albuquerque
Julia Silva de Souza
Maria Victória Pydd
Profa. Dra. Rozane R. Rebechi

Revisão

Luciana Haesbaert Balbuena

Diagramação e Capa

Rita Motta e Ryan Dias – Ed. Tribo da Ilha

Capa

ABA/Tribo da ilha

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) **Bianca Mara Souza – Bibliotecária - CRB-14/1587**

R672 Rocha, Cristina
O cristianismo descolado : a Hillsong e a criação de
identidades cosmopolitas / Cristina Rocha ; traduzido por Rozane R.
Rebechi... [et al.]. – Nova York: Oxford University Press, 2024 /
Brasília : ABA Publicações, 2025.

298 p. : PDF ; 4,5 MB.

Tradução de : Cool christianity : the fashioning of
cosmopolitan identities.
Demais tradutores : Alexia W. de Araujo, Amanda Iost Camacho,
Caroline Milan Guarnieri, Diego dos Santos Ribeiro, Giane Luchi da
Silva, Hector Webber Tech, Henrique de Albuquerque, Julia Silva de
Souza, Maria Victória Pydd,
Inclui Bibliografia
ISBN on-line 978-01-97673-23-2 (Oxford University Press)
ISBN impresso 978-01-97673-19-5 (Oxford University Press)
ISBN on-line 978-65-87289-44-1 (ABA Publicações)

1. Hillsong. 2. Cristianismo. 3. Jovens. 4. Distinção social I.
Rebechi, Rozane R. (trad). II. Título.

DOI 10.1093/oso/9780197673195.001.0001 (Oxford University Press)
DOI 10.48006/978-65-87289-44-1 (ABA Publicações)

CDD 306.6

Índices para catálogo sistemático:

1. Instituições religiosas – sociologia da religião - 306.6

Agradecimentos¹

Este livro recebeu o apoio de muitas pessoas e instituições. Em primeiro lugar, sou grata ao Australian Research Council pela bolsa de pesquisa Future Fellowship que me permitiu conduzir pesquisas na Austrália e no Brasil durante muitos anos. O incentivo da Escola de Ciências Sociais da Western Sydney University foi fundamental para que este projeto se transformasse em livro, pelo qual sou grata. Agradeço também ao Departamento de Estudos da Religião da Universidade de Utrecht. Lá, Birgit Meyer, Katja Rakow e outros professores e estudantes me receberam como pesquisadora visitante em 2017 e novamente em 2019. Martijn Oosterbaan, do departamento de antropologia da Universidade de Utrecht, Miranda Klaver, da Universidade Livre de Amsterdã, e Linda van de Kamp, da Universidade de Amsterdã, também são amigos que foram ótimos anfitriões de jantares e bons ouvintes quando apresentei os primeiros capítulos deste livro. O grau em que nossas discussões inspiraram meu trabalho fica claro nas páginas deste livro. O Brazil Institute², do Kings College, da Universidade de Londres, me ofereceu mais um espaço motivador para escrever e discutir meu trabalho.

Sou especialmente grata ao Instituto de Estudos Avançados de Paris (IEA) pela bolsa de um ano em 2021–2022. Durante almoços, seminários e cafés maravilhosos, pude discutir o livro e os projetos tão interessantes

1 Traduzido para a língua portuguesa por Amanda Iost Camacho, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebechi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

2 Centro de pesquisa dedicado ao estudo interdisciplinar das questões políticas, econômicas e culturais do Brasil, fundado em 2008. Atua como uma ponte de encontro para acadêmicos, estudantes, formuladores de políticas e membros da comunidade para discutir e analisar o papel do Brasil no cenário global.

de outros bolsistas. Agradeço ao diretor Saadi Lahlou e ao diretor científico, Simon Luck, do IEA de Paris, que fizeram tudo o que puderam para me levar até lá durante um período em que poucas pessoas conseguiram deixar a Austrália devido à pandemia de covid-19. E, também, a adorável equipe do IAS (Claire Jeandel, Nadège Bourgeois, Cécile Durant, Bertrand Pouvesle, Geneviève Marmin, Christopher Boulhares, Lisette Winkler e Sandrine Morvan), que me apoiou no Instituto e me deu conselhos sobre os melhores cafés em Paris, onde comprar utensílios de cozinha, fazer o reforço das vacinas e muitas outras pequenas coisas que morar em uma nova cidade envolve.

Os bolsistas do IEA foram solidários, espirituosos e bons companheiros de discussões. Nossas longas caminhadas matinais até o IEA, quando conversávamos e presenciávamos a cidade amanhecendo, fizeram toda a diferença na minha experiência. Eles são numerosos demais para serem mencionados aqui, mas especialmente Pamela Surkan, Sheldon Garon, Susan Clayton, Paul Emmelkamp, Jim Hollifield, Emmanuelle Honoré, Thiago Chacon, Raul Matta, Sonia Gentili, Nassima Neggaz, Marylin Booth e David Kanter. Em Paris, Stefania Capone, do Centro de Estudos em Ciências Sociais da Religião (Césor), EHESS, foi uma colega e anfitriã maravilhosa de jantares. Clara Saraiva recebeu-me no ICS, Universidade de Lisboa, e levou-me num delicioso passeio pela serra de Sintra, onde fazia um trabalho de campo.

No Brasil, sou grata a Paul Freston, Brenda Carança, Rodrigo Toniol, Carlos Steil, Alberto da Silva Moreira, Ricardo Mariano, Paulo Barrera, Ronaldo de Almeida, Cristina Maria de Castro, Nina Rosas, Joana Bahia e Dilaine Sampaio pela amizade e pelos convites para ministrar seminários e aulas magnas que proporcionaram oportunidades de receber feedback para os primeiros delineamentos de minhas ideias sobre o novo Cristianismo Descolado. Fico também muito agradecida à Rozane R. Rebechi, professora do Departamento de Línguas Modernas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e seus alunos, pela tradução deste livro para o português, que foi revisada por mim.

Minhas colegas do Grupo de Mulheres Antropólogas de Sydney, Kalpana Ram, Diane Losche, Gillian Cowlshaw, Alison Leitch, Heidi Norman, Kim Paul e Jennifer Newman, também me deram ótimas sugestões para alguns dos capítulos. Na Hillsong, devo agradecer à adorável Tanya Riches, cujo entusiasmo pelo trabalho acadêmico e pela justiça social é contagiante. Agradeço aos pastores da Hillsong São Paulo, Pedro e Thiciane Albuquerque, pela gentileza ao me receber e pela paciência para responder às minhas muitas dúvidas. Os pastores da igreja brasileira CJC (pseudônimo) de Sydney e das igrejas brasileiras filiadas à Hillsong Network and Family no Brasil também dispuseram generosamente de seu tempo quando nos sentamos para as entrevistas. Sou grata aos estudiosos da Escola Alphacrucis que dispuseram de seu tempo para serem entrevistados.

Meu maior agradecimento vai para a comunidade brasileira da Hillsong. Embora devam permanecer anônimos, eles sempre estiveram abertos para que eu me juntasse a eles nas atividades da igreja e a falar comigo sobre suas experiências e sonhos para suas vidas, igreja e país.

Na Oxford University Press, sou grata ao meu editor, Theo Calderara, por sua orientação e apoio especializados, e aos pareceristas anônimos que cederam seu tempo e ofereceram excelentes sugestões.

Como sempre, agradeço ao meu companheiro, George Morgan, e à minha família no Brasil, que me apoiaram e foram pacientes durante os muitos anos que levei para escrever este livro.

Partes deste livro já apareceram nas seguintes publicações. Agradeço aos editores pela permissão para usar este material:

ROCHA, C. “The Come to Brazil Effect:” Young Brazilians Fascination with Hillsong. In: RICHES, T.; WAGNER, T. Wagner (eds). *The Hillsong Movement Examined: You Call Me out upon the Waters*. New York: Palgrave Macmillan, 2017. p.125-141.

ROCHA, C. “God is in Control:” Middle-Class Pentecostalism and International Student Migration. *Journal of Contemporary Religion*, v. 34, n. 1, p. 21-37, 2019.

ROCHA, C. “Living the Dream:” Post-Millennial Brazilians at Hillsong College. In: ROCHA, C.; HUTCHINSON, M.; OPENSHAW, K. (eds). *Australian Pentecostal and Charismatic Movements: Arguments from the Margins*. Leiden: Brill, 2020.

ROCHA, C. Cool Christianity: The Fashion–Celebrity–Megachurch Industrial Complex. *Material Religion*, v.17, n. 5, p. 580–602, 2021.

ROCHA, C. Global Religious Infrastructures: The Australian Hillsong Megachurch in Brazil. *Social Compass*, v. 68, n. 2, p. 245–257, 2021.

SUMÁRIO

10	Prefácio
14	Introdução
44	CAPÍTULO 1 – O Cristianismo Descolado
82	CAPÍTULO 2 – Fãs
111	CAPÍTULO 3 – Descansando em Deus
142	CAPÍTULO 4 – Vivendo um Sonho
174	CAPÍTULO 5 – Infraestruturas Transnacionais de Circulação
200	CAPÍTULO 6 – O Retorno
226	CAPÍTULO 7 – Criando Raízes e Espalhando Sementes
256	Conclusão
271	Referências

Prefácio¹

Quando eu estava finalizando este livro, a goteira de escândalos envolvendo sexo e dinheiro na Igreja Hillsong nos Estados Unidos e na Austrália tornou-se uma inundação que finalmente engoliu seu fundador e Pastor Global Sênior, Brian Houston. Três meses depois de ter tirado uma licença em janeiro de 2022 para lutar contra acusações criminais de ter acoberado os abusos sexuais de crianças cometidos pelo seu falecido pai, Frank Houston, Brian Houston foi forçado a demitir-se por ter violado o código de conduta da Hillsong.

Em uma reunião com todo o time da Hillsong em Sydney, o Pastor Global Sênior Interino (e, desde fevereiro de 2023, permanente), Phil Dooley, revelou que Houston tinha sido alvo de uma investigação interna por enviar mensagens para uma mulher em 2013 e se encontrar com outra em um quarto de hotel, em 2019, sob influência de álcool e medicamentos.

Infelizmente, para a megaigreja, a renúncia de Houston ocorreu um dia antes da empresa de streaming americana Discovery+ lançar um documentário focado nos escândalos da Hillsong. Essa série veio após uma outra da BBC, de 2021, que também criticava a Hillsong. Como resultado, nove das dezesseis igrejas que haviam se associado à Hillsong nos Estados Unidos cortaram laços com a megaigreja.

O caso dos Houston vem na esteira de uma série de casos de outros pastores de megaigrejas e cristãos evangélicos dos EUA, como Jerry Farwell Jr (Universidade Liberty), Mark Driscoll (Igreja Mars Hill) e Bill Hybels (Igreja Willow Creek), entre outros, que renunciaram em meio a escândalos

¹ Prefácio traduzido para a língua portuguesa por Amanda Iost Camacho, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebechi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

de abuso sexual e bullying. O abuso (sexual, físico e psicológico) em comunidades religiosas e espirituais, tanto grandes quanto pequenas, não é novo. Acadêmicos (Lofton, 2011; Orsi, 2017; Johnson, 2018; Goodwin, 2020; Blyth, 2021) têm dedicado cada vez mais atenção a esse tema difícil².

João de Deus, o médium brasileiro e líder de uma comunidade espiritual conhecida mundialmente, que foi tema do meu livro anterior (2017), foi acusado e preso por crimes sexuais em 2019. Durante o trabalho de campo, ouvi vários rumores de abuso sexual de mulheres, mas ninguém os confirmou, como detalhei em meu livro (2017, p. 159-162). Depois que muitas de suas vítimas expuseram suas histórias, eu e Kathleen McPhillips, uma estudiosa que vinha escrevendo sobre abuso na Igreja Católica australiana, refletimos sobre o poder de líderes carismáticos masculinos sobre comunidades espirituais (Rocha; McPhillips, 2019). A autoridade desses líderes não deriva apenas do patriarcado, mas também de seu carisma, ou seja, dos poderes que são atribuídos a eles pelos fiéis (Weber, 1968, p. 48).

No caso da Hillsong, não estou ciente de menções de abusos na megaigreja por parte dos muitos estudiosos que a pesquisaram (Goh, 2008; Riches, 2010; Riches e Wagner, 2017; Yip, 2015; Wagner, 2020, entre outros), exceto pela análise de Klaver (2021, p. 143-150) sobre como Brian Houston lidou com a descoberta da pedofilia de seu pai e seu depoimento na Comissão Australiana de Investigação das Respostas Institucionais ao Abuso Sexual de Crianças em 2014. Maddox (2013a, p. 23) escreveu sobre a cultura de liderança masculina na Hillsong, algo que pode facilmente levar ao abuso, já que significa que “esposa se submete ao marido, os leigos se submetem aos pastores e os pastores juniores se submetem aos pastores seniores”. A falta de estudos sobre abuso na megaigreja até que os escândalos surgissem na mídia poderia ser explicada pela cultura de segredo da Hillsong,

2 Ver, por exemplo, o excelente site “The Shiloh Project: Rape Culture, Religion and the Bible” (<https://www.shilohproject.blog/>). Criado em 2017 por teólogos da Nova Zelândia e do Reino Unido, o site reúne ensaios, discussões e recursos de autores e professores de todo o mundo sobre a violência de gênero em contextos religiosos.

onde o poder é concentrado na cúpula, e pelos esforços da Hillsong para proteger a marca silenciando pessoas (Hardaker, 2021; Hardy, 2022, 2023). Além disso, não há uma etnografia detalhada da filial de Nova York, onde o Cristianismo Descolado — com sua cultura de celebridades, camarins e salas exclusivas, privilégios VIP e excessos consumistas — é muito mais desenvolvido do que em outros campi da rede global da Hillsong.

Como esses escândalos afetarão a Hillsong em nível global a longo prazo ainda não está claro. Até agora, as consequências afetaram principalmente os Estados Unidos e a Austrália, onde a receita arrecadada e a frequência nas igrejas diminuíram. Apesar de estar sempre nas notícias internacionais (especialmente em reportagens de capa do *New York Times* e do *The Guardian*), os escândalos têm sido mais contidos no Brasil. A história não foi divulgada pela mídia secular brasileira, apenas em uma breve menção mais antiga ao próximo documentário Discovery+. A mídia evangélica online reportou o caso, mas a notícia não ganhou muita repercussão, com apenas alguns comentários para cada reportagem.

Sugiro que há várias razões pelas quais a Hillsong continuará prosperando no Brasil. Estas estão associadas com o argumento central deste livro: a Hillsong oferece aos jovens brasileiros de classe média uma geografia alternativa de pertencimento e a possibilidade de uma vida cosmopolita. Além disso, cria pessoas leais por meio de seu estilo pentecostal emocionante, menos autoritário e que os brasileiros consideram mais ético do que o encontrado em sua pátria. A posição do Brasil no Sul Global e a sua aspiração à modernidade cosmopolita (Rocha, 2006) desempenham aqui um papel importante. As coisas que tornam a Hillsong atraente para este grupo — suas origens no Norte Global, o uso da língua inglesa, o fluxo constante de pastores estrangeiros nos cultos cuja pregação é traduzida ao vivo na plataforma, seus altos valores de produção e um foco em excelência, além de relações mais igualitárias entre pastores e seguidores — não mudarão com as consequências da igreja.

Outra razão para a sobrevivência da Hillsong é que ela é muito menor no Brasil, com apenas duas filiais e nenhuma igreja independente

aderindo como aconteceu nos Estados Unidos. A Hillsong é capaz de controlar a mensagem dentro de suas próprias filiais. Além disso, os membros da congregação têm um relacionamento próximo com os pastores locais brasileiros, não com Brian Houston, que visitou o Brasil apenas uma vez, antes mesmo de ter uma filial estabelecida. Assim, os Houston e o pastor celebridade americano Carl Lentz, envolvidos em escândalos, não são tão conhecidos pelos brasileiros.

De certa forma, as coisas não mudaram muito para os fiéis brasileiros que aceitam a narrativa da sede da igreja de que estão passando por “uma fase difícil” e que “a igreja nunca disse que era perfeita”. Muitos têm elogiado a igreja por ser transparente e assumir a responsabilidade por seus erros. Os líderes argumentaram que uma igreja brasileira encobriria quaisquer escândalos e um pastor continuaria trabalhando, como aconteceu tantas vezes. Por exemplo, pastores da igreja Renascer foram presos pelo FBI ao entrar nos Estados Unidos carregando grandes somas de dinheiro não declarado escondidas em uma Bíblia oca. Ao saírem da prisão, voltaram a pregar em sua megagigreja brasileira. Mais uma vez, em sua admiração pela suposta responsabilidade da Hillsong, os fiéis demonstram um desejo por “excelência” e pelo Estado de Direito que imaginam existir no Norte Global, mas não em seu próprio país. Outros usam a conceito pentecostal na “batalha espiritual” como explicação para esses escândalos. Para eles, foi o sucesso da Hillsong que levou ao ataque do diabo.

No geral, este livro ilustra como a localidade e a classe social foram cruciais para a expansão do Cristianismo Descolado. Como o leitor verá nas muitas histórias de devoção e sonhos, viagem e retorno, a localização do Brasil no Sul Global teve um papel fundamental neste fenômeno. Isso fez com que os fiéis aspirassem a uma vida diferente, que acreditavam que a Hillsong e a Austrália poderiam lhes proporcionar. Ao retornarem, eles sonhavam em transformar suas próprias igrejas e o país, ao mesmo tempo em que fortaleciam suas redes no exterior. A Hillsong continua oferecendo aos brasileiros a possibilidade de estarem presentes em casa e no exterior, e não vejo isso mudando no curto prazo.

Introdução¹

Todo domingo, o ônibus da Hillsong faz viagens entre a estação central de Sydney e a Igreja Hillsong levando fiéis antes e depois de cada culto. O ônibus vermelho traz o grande logotipo da Hillsong e o  =  (cruz é igual a amor), símbolos que se tornaram uma parte integrante da marca global da megaigreja australiana. Num domingo de verão, em 2016, enquanto eu andava em direção ao ônibus no meio de uma multidão de jovens, vi Marta parada perto do ônibus. Marta era uma jovem estudante brasileira do Hillsong College². Ela estava vestida bem na moda com seu vestido maxi listrado azul e branco e o cabelo preso em um coque. Ela me cumprimentou com dois beijinhos e disse que era a responsável pelo “ministério do ônibus” (ou seja, receber os fiéis no ônibus).

Dentro do ônibus, só havia lugar em pé. Ao meu redor, umas americanas conversavam sobre a grande barreira de corais e outros lugares para visitar na Austrália. Atrás de mim, quatro brasileiras falavam sobre as suas vidas amorosas. De repente, o ônibus fez uma curva acentuada e uma menina asiática, que estava perto de mim usando o celular, caiu para trás em cima das outras pessoas. Todos riram, inclusive ela, e a ajudamos a se levantar de novo. O clima era de conversas altas e risadas. Dez minutos depois, chegamos à igreja onde uma multidão esperava na calçada para pegar o ônibus de volta à estação central. A multidão se separou como se fosse o Mar Vermelho, e descemos do ônibus em direção à igreja.

1 Introdução traduzida para a língua portuguesa por Henrique de Albuquerque, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebecchi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

2 O Hillsong College é um seminário da megaigreja que é credenciado como colégio técnico (e não universidade) pelo departamento de educação da Austrália.

Ao entrar, vi Marcos e Paula parados na frente da recepção, onde são retirados os dispositivos de tradução simultânea. Me disseram que naquela noite eram voluntários para traduzir o culto para os brasileiros que ainda não dominavam o inglês. Vários jovens brasileiros conversavam animadamente perto deles. Pareciam todos empolgados por estarem lá. Depois de cumprimentar a todos, a Patrícia me convidou para beber água antes do culto. Mas antes de chegarmos ao bebedouro, as portas abriram repentinamente para o próximo culto. Desistimos da água e nos apressamos em direção ao auditório em meio à multidão para achar lugares. Felizmente, chegamos rápido, e as três fileiras do centro marcadas como “Reservado para a Comunidade Brasileira” continuavam quase todas vazias, exceto por alguns assentos ocupados por bolsas e moletons. As amigas de Patrícia, Cláudia e Rafaela, chegaram logo depois e se sentaram conosco. A Cláudia tinha 19 anos e era de São Paulo. Pela forma que falava, se vestia e se comportava, era claramente da classe média-alta. Ela me disse que essa era sua primeira visita à Hillsong e que estava entusiasmada. Também contou que havia ido à Igreja Bola de Neve no Brasil (uma igreja pentecostal voltada para os jovens), mas que não gostou. Ela a achou chata e cheia de regras. “Não paravam de me falar o que fazer!”, explicou. A Rafaela tinha 23 anos, também era de classe média e de São Paulo. Elas me contaram que dividiam um apartamento em Sydney. A Rafaela tinha vindo ao culto na semana anterior – na época da Páscoa. Ela contou que tinha ficado embasbacada: “Foi incrível! Não tem nada assim no Brasil!”. Ela frequentava um centro espírita em Sydney, mas agora ia começar a ir à Hillsong³. Enquanto conversávamos, outros brasileiros chegaram e preencheram as três fileiras do auditório. A Paula e a Marina acenaram e vieram me dar um abraço. Elas eram do meu *Hillsong connect group*, um grupo de encontro quinzenal do qual eu

3 A afiliação à diversas práticas religiosas é comum no Brasil. Para saber mais, ver Prandi (1996). Sobre o espiritismo no Brasil, ver Hess (1994); sobre o espiritismo na Austrália, ver Rocha (2006b).

participava havia um ano. Estávamos todas lá com expectativa sobre “o que Deus fará hoje”, como os pastores da Hillsong costumam dizer.

Apagaram-se as luzes e imagens em preto e branco da natureza e de cidades começaram a ser projetadas nos grandes telões do palco ao som de tambores. À medida que as imagens começaram a mudar cada vez mais rápido, os tambores atingiram o pico, e de repente as luzes e a música cessaram. Ficamos em silêncio na total escuridão por alguns segundos. Estávamos familiarizados com essa rotina no começo de todo culto, mas a plateia continuava adorando o ar teatral e dramático, então todos gritavam e batiam palmas. “Sejam bem-vindos à igreja descolada”, pensei comigo mesma. Quando as luzes se acenderam de novo, várias pessoas correram para ficar perto do palco. A banda agora tocava com força total os louvores: “Não existe nenhum outro nome, não existe nenhum outro nome; Jesus, Jeesusuus!” Todos cantavam, batiam palmas, balançando de um lado para o outro; alguns pulavam sem parar ou abriam os braços em forma de cruz em sinal de entrega. No meio dos louvores, um homem forte, tatuado, com cara de rato de academia, na fileira ao lado, ajoelhou-se, apoiou a cabeça nas mãos e começou a chorar rios de lágrimas. Pensei em perguntar se estava tudo bem, mas me abstive, já que ninguém prestava atenção nele. Fortes emoções na escuridão do teatro já eram esperadas. A atitude dos presentes era de “isso é entre ele e Deus”. Todos continuavam a cantar, bater palmas e balançar de um lado para o outro, às vezes levantando as mãos.

Notei que Cláudia tirou o celular da bolsa e começou a filmar o culto. Patrícia viu que eu olhava para Cláudia e explicou: “Ela está no WhatsApp! Mandando um vídeo para os amigos do Brasil”. Balancei a cabeça em compreensão. Ao longo dos muitos anos em que estudei brasileiros na Hillsong, descobri que eles têm uma relação de fãs para com a megagreja e suas bandas. Ao enviar o vídeo em tempo real, Cláudia compartilhava com seus amigos a experiência e a empolgação de estar realmente ali, num lugar que muitos desejavam estar. Ela também seguia os passos de algumas celebridades brasileiras, como Bruna Marquezine, que compartilhou a visita à Hillsong em Los Angeles com seus 43 milhões de seguidores. Assim

como Bruna, Cláudia difundia a estética afetiva particular dos serviços da Hillsong para os brasileiros. Tal é o imediatismo do mundo digital na criação de uma comunidade transnacional estética e afetiva.

* * *

“O Cristianismo Descolado”⁴ é um relato etnográfico da criação de um campo pentecostal transnacional entre o Brasil e a Austrália, dois países periféricos na história do pentecostalismo, mas que recentemente estão na vanguarda das novas formas globais desse movimento. Este livro conta a história de como o estilo da megaigreja australiana Hillsong – que se expandiu globalmente através da música, mídia digital, *branding* e cultura de celebridades, e que provoca fortes emoções de empolgação, prazer e orgulho – foi adotada pela classe média brasileira como uma forma de se tornar cosmopolita e de distinção social dentro da hierarquia social brasileira (Bourdieu, 1984). Tenho interesse em entender como os jovens brasileiros constroem identidades cosmopolitas por meio de práticas cotidianas e desejos dos estilos de vida (pentecostais) dos países de língua inglesa, particularmente os Estados Unidos e a Austrália. A literatura sobre cosmopolitismo nas ciências sociais é vasta (Vertovec e Cohen, 2002; Beck e Sznaider, 2006; Rovisco e Nowicka, 2011). Neste livro, adoto uma abordagem ancorada empiricamente. Assim, sigo muitos outros especialistas, entre eles Glick Schiller et al. (2011, p. 399), que definiu o cosmopolitismo como “um enraizamento e, ao mesmo tempo, uma abertura para emoções humanas compartilhadas, em vez uma de tolerância em relação às diferenças culturais”. Como elas (2011, p. 402), procuro “fundamentar a noção

4 Em inglês o termo “cool” (aqui traduzido como “descolado”) muitas vezes denota distanciamento, alguém frio e sem emoções ou blasé, como discuto no capítulo 1. Entretanto, ele também pode ser traduzido por algo legal, antenado, moderno. É esta segunda acepção que estou usando neste livro.

relativamente abstrata de cosmopolitismo num estudo de práticas sociais concretas e de ‘modos de ser’”.

O cosmopolitismo é múltiplo, vivido e situado. Ocorre dentro de estruturas históricas e globais de dominação. Para esses jovens brasileiros, enraizados em suas identidades nacionais e pentecostais, o cosmopolitismo é um sonho de transformação – deles mesmos, das suas igrejas e de seu país. Embora os “cristãos renascidos” normalmente estejam preocupados em transformar o mundo, esses brasileiros desejavam transformar suas igrejas, tornando-as morais e responsáveis. Portanto, exemplos positivos para o país. Para eles, o cosmopolitismo não consistia apenas em se envolver com o cristianismo descolado, uma “forma sensacional” moderna e na moda no Norte Global. Também se tratava de se abrir para formas “melhores” de ser cristão. Tratava-se de aprender a serem adultos racionais, independentes e responsáveis, capazes de desafiar as igrejas pentecostais brasileiras, vistas por eles como autoritárias, antiéticas, focadas na arrecadação de dinheiro e com um estilo exageradamente dramático. Dessa forma, deixavam de seguir a autoridade tradicional do pastor para se tornarem sujeitos da modernidade reflexiva (Giddens, 1991).

O pentecostalismo é a religião que mais cresce no Brasil. O país tem sua própria parcela de megaigrejas pentecostais que se expandiram para o exterior entre as classes populares e urbanas (Almeida, 2009; Openshaw, 2018; Oro, 2014a; van de Kamp, 2016; van Wyk, 2014). Embora o pentecostalismo tenha avançado entre as aspirantes classes média e média-baixa nas últimas duas décadas, entre os jovens (Dantas, 2010; Maranhão, 2013), e a bancada pentecostal esteja aumentando a cada eleição⁵, e até alguns ministros do ex-presidente Bolsonaro tenham sido pentecostais, ele continua sendo mais prevalente entre os pobres. A última pesquisa do Datafolha (Balloussier, 2020) mostrou que, atualmente, cerca de 30% da população

5 Por exemplo, enquanto em 2003 a bancada evangélica no Congresso Nacional era formada por 51 de um total de 594 parlamentares, em 2022 a bancada evangélica havia crescido para 115 parlamentares (Barreto e Chaves, 2023).

brasileira é protestante, sendo a maioria destes pentecostais, um aumento de 22% em relação ao censo de 2010. Ela também mostrou que a maioria dos pentecostais são mulheres (58%), pretos (59%), jovens (40% têm entre 16 e 34 anos de idade) e pobres (50% dos pentecostais ganham até duas vezes o salário mínimo).

Por ter sido um país escravagista, o Brasil ainda sofre com a enorme desigualdade social e a violência contra pobres e pretos (Alves, 2018). Isso é tão difundido que especialistas caracterizam a divisão social no país como “segregação” e “apartheid social”, porque se sobrepõe à raça (O’Dougherty, 2002, p. 173-174; Pinheiro-Machado e Scalco, 2014; Alves, 2018; Souza, 2018). Enquanto a riqueza e a classe média são representadas por pessoas brancas, a pobreza é esmagadoramente preta. Featherstone e Lash (1995, p. 10) compararam São Paulo e Delhi (a cidade mais populosa da Índia) e as descreveram como “cidades coloniais globais que há muito passaram por... polarização de classe”. Eles (1995, p. 3) cunharam o termo “brasilia-nização” para explicar o “ressurgimento de representações de fortaleza e a segregação espacial de diversos grupos sociais nas cidades globais”. Para a antropóloga Teresa Caldeira (2000, p. 2-4), a cidade de São Paulo resume como é viver no Brasil. Ela afirma que:

Enclaves fortificados são espaços privatizados, fechados e monitorados para residência, consumo, lazer ou trabalho... Tanto simbólica como materialmente, essas estratégias funcionam marcando diferenças, impondo divisões e distâncias, construindo muros, multiplicando regras de evitação e exclusão, e restringindo a movimentação.

Essa segregação continua presente. No livro *A Cidade Antipretos* (em tradução livre), o antropólogo Jaime Alves (2018, p. 2) estuda as favelas da cidade de São Paulo. Ele descobriu que “a segregação racial, o encarceramento em massa e os assassinatos cometidos pela polícia são dimensões

constitutivas da reprodução da ordem urbana”⁶. Além disso, um estudo de 2021 mostrou que moradores das áreas mais nobres de São Paulo tinham uma expectativa de vida 22 anos maior do que os que viviam em áreas mais pobres. Estas tinham padrões muito piores de educação, saúde, moradia, mobilidade e sofriam de maiores índices de violência. Assim, a expectativa de vida pode ser claramente mapeada em termos geográficos e raciais – os brancos moravam em regiões mais ricas e viviam mais do que pretos que moravam na periferia da cidade (Rede Nova São Paulo, 2021).

A antropóloga Maureen O’Dougherty (2002, p. 6) pesquisou como a classe média brasileira “obtem e desempenha material e simbolicamente a sua classe” através da educação, do consumo de artigos importados e de viagens internacionais. Semelhante às minhas conclusões, ela (2002, p. 11) demonstrou que “o projeto de classe para alcançar a distinção social e a modernidade global através do consumo envolve as pessoas da classe média na reprodução local das desigualdades”. Os jovens brasileiros nas periferias de cidades grandes tentam resistir a essa imposição de distinção de classes consumindo roupas de luxo. No entanto, fazem isso dentro de estruturas capitalistas que os mantêm pobres. Em seu estudo sobre esse fenômeno, Pinheiro-Machado e Scalco (2014, p. 12) observam:

São mais um reflexo do apartheid brasileiro que separa, como se fossem dois planetas distintos, o espaço de sociabilidade dos brasileiros ‘europeizados’, da classe média verdadeira, e os brasileiros percebidos como ‘bárbaros’, das classes populares.

Dessa forma, as classes média e alta constantemente patrulham e reforçam fronteiras simbólicas de classe, depreciando os gostos dos pobres. A religião também pode ser usada para esse tipo de esforço, como mostrei em outros textos sobre o budismo e o espiritismo (Rocha, 2006a, 2006b, 2017b). Acontece o mesmo com o pentecostalismo. Como muitas das suas características vão contra as sensibilidades da classe média brasileira, ele é

6 Agradeço a um parecerista anônimo pela sugestão deste livro.

estigmatizado pela mídia, pelas elites intelectuais e pela classe média (alta) (Lehmann, 1996, p. 203; Freston, 1997; Mariz, 1996; Martin, 2006; Rocha, 2006b). A maioria das igrejas pentecostais adota a Teologia da Prosperidade, e focam em dízimos, batalha espiritual, magia, cura, glossolalia e exorcismo. A forte ênfase na arrecadação de ofertas e dízimo e nas práticas de exorcismo, que podem incluir até segurar no chão os supostamente possuídos, muitas vezes envergonha os fiéis da classe média, fazendo com que alguns zombem dessas práticas. Como Freston (1997, p. 188) argumenta em relação aos pentecostais da classe média brasileira, “a busca pela respeitabilidade encontra obstáculos se a pessoa for pentecostal demais”. Em sua pesquisa sobre o pentecostalismo da classe média na Argentina, Köhrsen (2016, p. 41) encontrou problemas similares:

A classe média escolarizada demonstra uma atitude crítica em relação ao pentecostalismo. Ao adotar características – como exorcismos, evangelho da prosperidade, cura pela fé, surtos emocionais etc. – vistas como inadequadas, e por ser considerada uma religião dos pobres e ignorantes, o pentecostalismo não se encaixa nas representações da classe média. Assim, indivíduos dessa classe social tendem a evitar o pentecostalismo.

Martin (2006, p. 138) observou que, mesmo entre pesquisadores na América Latina, existe um “desprezo intelectual e estético pelo movimento”, considerado de “mau gosto”. O fato de muitos pastores de megaigrejas terem se tornado extremamente ricos explorando os pobres (Antunes, 2013), e outros terem se envolvido em escândalos de fraude e corrupção e sido presos (2007) não ajuda muito. Assim como os pastores do Rio de Janeiro que se associaram com as máfias do narcotráfico em troca de financiamento e ajuda para expulsar comunidades de religiões afro-brasileiras de seus bairros (Pinezi e Chesnut, 2019). Além disso, a entrada de pastores na política e sua estreita relação com o (agora ex-) presidente de extrema-direita Jair Bolsonaro também foram criticadas (Almeida, 2019; Burity, 2020).

Consequentemente, existe um componente de vergonha e estigma entre a classe média (alta) em ser pentecostal. Isso foi apontado por todos que entrevistei. Inclusive um deles me disse que tinha perdido a maioria dos amigos quando se converteu ao pentecostalismo na adolescência. Outra disse que os pais ficaram chateados quando contou sobre a conversão ao chegar na Austrália, e foram sarcásticos quando perguntaram se daria todo o seu dinheiro ao pastor. Um jovem me disse que ficaria feliz se igrejas como a Igreja Universal do Reino de Deus falissem porque elas dão uma péssima fama ao pentecostalismo⁷. Da mesma forma, eu também me deparei com pausas constrangedoras e olhares perplexos sempre que explicava para amigos e família o que eu pesquisava. Por que então esses jovens de classe média seriam atraídos pelo pentecostalismo e pela Hillsong?

Ao analisar o que os atrai à Hillsong, este livro explora a maneira como o cristianismo vem mudando numa era global, digital e pós-secular (Casanova, 1994; Habermas, 2006). A explosão de igrejas pentecostais e carismáticas, especialmente no Sul Global, está ao mesmo tempo tirando o foco do cristianismo no ocidente (apesar da influência estável no Norte Global) (Anderson, 2013; Coleman, 2000; Coleman e Hackett, 2015; Jenkins, 2002; Martin, 1990, 2002; Miller e Yamamori, 2007), e criando comunidades e imaginários culturais e religiosos porosos transfronteiriços (Adogame, 2013; Butticci, 2016; van de Kamp, 2016; Rocha et al, 2020). Formas novas e reconfiguradas do cristianismo, tanto no Norte quanto no Sul Global, são cada vez mais mediadas digitalmente, engajadas com a juventude e culturas populares, e envolvem novas formas de consumo, *branding* e identidade (Johnson, 2018; Gauthier et al, 2013; Sanders, 2014; Sandler, 2006; Sargeant, 2000; Twitchell, 2007; Ward, 2020).

Abordo essas transformações explorando o estilo estético da Hillsong como uma forma sensacional que cria uma comunidade religiosa afetiva

7 Para mais informações sobre a UCKG no Brasil, ver Almeida (2009). Sobre a UCKG na Austrália, ver Openshaw (2018); em Moçambique, ver van de Kamp (2016); e na África do Sul, ver van Wyk (2014).

para os jovens brasileiros da classe média. Para Meyer (2010b, p. 742), formas sensacionais são formas religiosas autorizadas espetaculares e sensoriais. Elas organizam o acesso dos fiéis ao divino. Ao fazê-lo, baseio-me no trabalho de pesquisadores em estética da religião e da religião material, que defendem uma compreensão da estética como *aisthesis*, isto é, como os humanos dão sentido a si mesmos e ao mundo por meio dos sentidos corporais e das coisas ou objetos (Arweck e Keenan, 2016; Grieser e Johnston, 2017; Martin, 2006; Meyer, 2009, 2010b; Meyer e Verrips, 2008; Vásquez, 2011). Esses pesquisadores entendem a religião “como uma prática sensorial e mediada” (Grieser e Johnston, 2017, p. 1). Quero saber como o estilo estético da Hillsong é criado, transforma-se em uma marca, é comercializado e consumido tanto no mundo físico/offline quanto virtual/on-line; e como ele molda e une principalmente jovens brasileiros na sua transição para a idade adulta. Ao fazê-lo, respondo ao chamado de Meyer (2009, p. 10) para que especialistas “prestem especial atenção às formas específicas em que determinadas religiões e elementos religiosos aparecem na formação de comunidades através de estilos estéticos distintos”.

Além disso, amplio o trabalho de Meyer para focar em como determinadas formas sensacionais e estilos estéticos estão associados à classe social e são mobilizados para fins de distinção social. Ao fazê-lo, este livro mobiliza o trabalho de Bourdieu (1984) sobre gosto, hábito e distinção social baseados em classe. Fazer distinção de classe (por meio do capital cultural e das práticas adotadas do Norte Global) e desejar a modernidade andam de mãos dadas no Brasil. Ao longo de grande parte da história brasileira, houve uma ansiedade generalizada sobre a posição do país em relação à modernidade (Oliven, 2001; Ortiz, 2000; Souza Martins, 2000). Historicamente, as elites associam os pobres a tudo que consideram pré-moderno e atrasado no país, enquanto buscam a modernidade que acreditam estar no Norte Global. Tal visão se baseia num conjunto de pressupostos historicistas segundo os quais a modernidade é entendida como “algo que se tornou global com o tempo” e que certas culturas e sociedades

podem apenas experimentar uma modernidade tardia, sendo relegadas a “uma sala de espera imaginária da história” (Chakrabarty, 2000, p. 7–8).

Entendo o estilo estético da Hillsong como parte de uma tendência de moda maior -- o “cristianismo descolado” (Rocha, 2021). Esse tipo de pentecostalismo se origina no Movimento de Jesus no final dos anos 1960, mas se consolidou no século XXI como uma forma de atrair os desigrejados numa época em que o número de fiéis está diminuindo (Johnson, 2018; McCracken, 2010; Sandler, 2006). A fim de tornar o cristianismo relevante para as novas gerações, especialmente para os jovens da classe média, as igrejas descoladas se apropriam de elementos seculares da cultura jovem e popular, seja a forma de se vestir, adornos corporais, design gráfico da moda, estética das redes sociais, música pop, cultura de celebridades e métodos da indústria do entretenimento.

Especialistas usam os termos “igrejas do novo paradigma” (Miller, 1997) e “igreja de buscadores” (Sargeant, 2000) para designar igrejas que “adaptam os programas e cultos para atrair quem não frequenta a igreja” (Sargeant, 2000, p. 2–3). Elas fazem isso criando uma atmosfera informal, usando linguagem e tecnologia contemporâneas e centrando-se na experiência religiosa. Igrejas de buscadores tomam emprestado modelos seculares de negócios e entretenimento, usam princípios de marketing e *branding*, além de métodos inovadores. Segundo Miller e Yamamori (2007, p. 27), elas “estão na vanguarda do movimento pentecostal: adotam a realidade do Espírito Santo, mas dão à religião um formato que faça sentido para adolescentes e jovens adultos culturalmente antenados, assim como para pessoas que estão ascendendo socialmente, mas que não cresceram na tradição pentecostal”. Geralmente, os cultos são divertidos (com banda ao vivo, telões e iluminação e som profissionais) e tratam do cotidiano das pessoas (com mensagens atuais sobre questões práticas).

No entanto, escolhi usar o conceito de “Cristianismo Descolado” neste livro em vez de igrejas do “novo paradigma” ou de “buscadores” para analisar o estilo da Hillsong por diversos motivos que têm a ver com a minha abordagem empírica. Primeiramente, era assim que os jovens brasileiros se

referiam à megaigreja e sua estética durante as nossas conversas (usando a palavra em inglês “cool”, aqui traduzida como “descolado”). Segundo, “descolado” mostra como essas igrejas são mais do que instituições que adotam culturas jovens para atender a uma base de consumidores maior. O cristianismo descolado se conecta com jovens através do afeto – ele fomenta a imaginação, o desejo e o sonho de uma vida que pode ser diferente. Este cristianismo descolado faz com que os jovens queiram agir, mudar a própria vida e a de suas igrejas. Isso acontece porque o termo também é permeado por assimetrias de poder – existem coisas, pessoas e lugares que não são descolados. Dessa forma, é possível mapear desigualdades geopolíticas onde aqueles do Sul Global acreditam que coisas, pessoas e lugares descolados estão no Norte Global. Em resumo, o conceito de cristianismo descolado nos permite entender o apelo da Hillsong e da Austrália para os jovens brasileiros pentecostais (e outros do Sul Global; ver Rocha et al, 2022) e como ele se relaciona com sonhos e anseios.

A Hillsong

Criada em Sydney, na Austrália, por Brian e Bobbie Houston em 1983, a Hillsong é um fenômeno religioso global (Goh, 2008; Klaver, 2021; Riches e Wagner, 2017; Rocha, 2017b, 2019, 2020b; Wagner, 2020). Antes dos escândalos sexuais e financeiros no fim de 2020, a igreja tinha celebridades americanas entre seus fiéis, uma audiência mundial no seu canal de TV a cabo e a música de bandas premiadas, cantadas semanalmente por 50 milhões de pessoas em 60 línguas diferentes, segundo estimativas. Apesar dos crescentes escândalos, segundo o *Christian Copyright Licensing International Top 100*⁸ (McGinnis, 2022), em maio de 2022, quatro dos dez louvores mais ouvidos eram de bandas da Hillsong. A igreja continua a ganhar seguidores nas redes sociais. No momento, são 3 milhões no Instagram, enquanto a banda Hillsong United tem 4,3 milhões de inscritos no Youtube – sem

8 Site que exhibe as 100 músicas cristãs mais ouvidas no momento.

contar as outras bandas e instituições. Desde o começo do século XXI, a Hillsong vem abrindo *campi* (como gostam de chamar suas filiais, um aceno para a cultura corporativa e universitária) na maioria das cidades globais. Muitos pastores desses campi são pessoas destes países que estudaram no Hillsong College e voltaram para casa. Também é o caso do Brasil, onde a igreja abriu um campus num bairro nobre da cidade de São Paulo no fim de 2016, após anos de pedidos por parte de fãs brasileiros da igreja e das suas bandas.

À medida que a Hillsong crescia extraordinariamente em todo o mundo e o seu estilo se tornava um modelo para outras igrejas dos Estados Unidos (Bowler e Reagan, 2014) e de outros lugares – um processo que Marti (2017, p. 382) denominou “Hillsonguização do cristianismo” – pesquisadores analisaram diferentes aspectos desse fenômeno. É compreensível que muitos tenham analisado a música, uma vez que ela é chave para suas formas sensacionais e a expansão global. A música medeia a relação das pessoas com Deus, o que valida a autoridade espiritual da igreja (Abraham, 2018; Evans, 2017; Jennings, 2014; Porter, 2017; Riches, 2010). Outros analisaram os usos estratégicos de *branding* e marketing da Hillsong e o seu envolvimento com o capitalismo de consumo (Maddox, 2012, 2013b; McIntyre, 2007; Shanahan, 2018; Wagner, 2017, 2020; Yip, 2015). Goh (2008) explorou a semiótica e as práticas espaciais da megaigreja como meios de comunicação que materializam a experiência cristã, enquanto Connell (2005) procurou compreender como a sua primeira localização em um bairro afastado de Sydney atraiu jovens que buscavam um lugar para se reunir. Alguns estudaram as relações de gênero na megaigreja (Maddox, 2013a, 2013b; Riches, 2017). Wade e Hynes (2012, p. 173) empregaram a teoria dos afetos para compreender como “a Hillsong produz e mobiliza afeto” para gerar “sujeitos que, ao mesmo tempo, se sentem confortáveis, são entusiasmados e leais”. Miller (2015) analisou a história dos cristianismos carismáticos pentecostais na Austrália e porque a Hillsong e outras megaigrejas locais cresceram no século XXI. Mais recentemente, Klaver (2021) conduziu uma pesquisa de campo nas igrejas da Hillsong de Amsterdã e Nova York para

estudar o papel de cidades globais e a midiaticização da sociedade na maneira como a Hillsong e o pentecostalismo se expandem globalmente.

Imaginários Enraizados

A maior parte das pesquisas sobre a Hillsong foram conduzidas no Norte Global e muitas se concentram na igreja como instituição. Este livro se desenvolve a partir dessa literatura para considerar o imaginário dos jovens vindos do Sul Global e suas experiências enraizadas no cotidiano na Hillsong. A Hillsong padronizou e autorizou formas sensacionais através das quais a igreja se espalha globalmente. No entanto, os jovens da classe média brasileira se relacionam com a Hillsong de maneiras específicas porque têm sonhos e anseios distintos dos seus pares do Norte Global. Este livro acompanha um grupo que sonha com uma vida que pode ser “diferente” (Willis, 1990; Allen et al, 2016; Hodgkinson, 2016) – onde eles são fluentes em inglês, têm amigos do mundo todo e se sentem pertencentes a um tipo de cristianismo moderno, bem-sucedido, sofisticado, ético e descolado. Veremos como eles se tornam fãs da megaigreja e como se esforçam para viajar até a sua sede na Austrália. Aprendem ali a serem indivíduos autônomos da modernidade dentro da igreja, enquanto fazem a transição para a vida adulta. Como me disseram muitas vezes, eles “aprenderam uma forma diferente de fazer igreja”. Então os acompanhamos durante o seu retorno e suas (normalmente infrutíferas) tentativas de transformar as próprias igrejas e o país à luz do cristianismo descolado que aprenderam na Hillsong. Finalmente, exploramos os desafios que a Hillsong enfrentou ao fundar a filial de São Paulo. Embora alguns aspectos do seu estilo tenham sido facilmente aceitos e copiados por outras igrejas brasileiras (como a música e os cultos empolgantes), o envolvimento com a cultura secular dos jovens, a tolerância de outras religiões e relações de poder mais igualitárias entre pastores e membros (pelo menos para padrões brasileiros) não se encaixam com o estilo pentecostal brasileiro.

As principais perguntas deste livro são as seguintes: como a Hillsong se faz atraente por meio do afeto e da estética? Como o pentecostalismo auxilia jovens brasileiros espiritual e materialmente no dia a dia como estudantes internacionais e migrantes? Quais são as infraestruturas que sustentam o campo pentecostal transnacional entre os dois países e, assim, proporciona aos brasileiros no Brasil uma sensação de “copresença” (Madianou, 2016) com a Hillsong na Austrália e a sua comunidade global? O que acontece com a adesão à igreja quando retornam ao Brasil? E por que algumas igrejas brasileiras estão aderindo à rede Hillsong, enquanto outras copiam o estilo de cristianismo descolado com edifícios, cultos, música, vestuário, redes sociais e até logotipos parecidos?

Eu defendo que a Hillsong oferece um espaço atraente para jovens da classe média brasileira exercerem a fé na era pós-secular. Isso acontece por vários motivos. Primeiramente, o estilo de cristianismo descolado adotado pela Hillsong – com seu profissionalismo e excelência que transmitem sucesso, empolgação e modernidade – gera um afeto particular (orgulho, desejo, empolgação e prazer) que desempenha um papel importante na forma como a megaigreja é capaz de unir este grupo. Por outro lado, as igrejas brasileiras são criticadas por sua estética pobre, falta de excelência e ética, autoritarismo e cultos longos à moda antiga que tem pouca conexão com suas vidas. Segundo, como uma igreja dos buscadores, a Hillsong foca muito menos em batalhas espirituais, exorcismos e valores conservadores, e mais em atrair as pessoas à igreja através de cultos informais, divertidos e empolgantes. A Hillsong valoriza a inclusividade e a tolerância ao comportamento das pessoas na esperança de que, ao passarem pelas portas da igreja, o Espírito Santo as transforme e elas se convertam. Como resultado, diferentemente da maioria das igrejas pentecostais brasileiras, na Hillsong os fiéis gozam de certa liberdade pessoal – podem se vestir como quiserem, ouvir música secular e participar da cultura jovem. As pessoas com quem conversei também me disseram que a Hillsong é menos machista que muitas igrejas brasileiras, já que as mulheres podem se tornar líderes.

Terceiro, a Hillsong depende de voluntários para auxiliar nos cultos e na maior parte da gestão diária. Embora muitos ex-alunos do Hillsong College e matérias na mídia denunciem essa prática como exploradora (Frishberg, 2020; French e Adler, 2021), ela concede um grau de autonomia a jovens brasileiros que eles nunca tiveram nas suas igrejas. Os voluntários podem escolher onde querem trabalhar e depois se tornarem líderes em várias áreas da igreja.

Consequentemente, os jovens brasileiros se sentem muito mais engajados na igreja australiana do que nas brasileiras, onde a hierarquia é mais rígida. Assim, o voluntariado dá aos jovens, que estão à beira da idade adulta, ferramentas para se tornarem adultos e sujeitos modernos reflexivos (Giddens, 1991). Em entrevistas, eles disseram como as experiências de voluntariado na igreja foram importantes para as suas vidas, pois eles aprenderam pontualidade, autoconfiança e excelência e como se tornarem líderes em qualquer área de trabalho que escolhessem.

Quarto, o Hillsong College atrai os jovens brasileiros da classe média que podem se dar ao luxo de interromper os estudos por um tempo. Além de oferecer vistos de estudante internacional, o College tem maior foco em “liderança” e indústrias criativas (dança, música, canto, produção de filme e TV) do que em teologia pura, fazendo com que ele seja atrativo. Finalmente, os brasileiros desejam entrar na igreja e no Hillsong College por causa das possibilidades cosmopolitas que são oferecidas. Como mostrei em outros trabalhos (Rocha, 2006a, 2013, 2017b, 2020), os brasileiros valorizam muito as ideias, atividades e mercadorias que vêm do Norte Global, especialmente se forem em inglês. Na Hillsong, eles podem estudar em inglês, fazer amigos do mundo inteiro e fazer parte da cultura global de jovens e celebridades.

A Hillsong não oferece apenas um lar para os brasileiros da classe média praticarem a religião, mas também permite que eles criem uma “geografia alternativa de pertencimento” (van de Kamp, 2017, p. 2) que permite que eles saiam da posição periférica do país e sintam que pertencem ao centro espiritual, estético e físico do cristianismo, assim como aos

centros seculares do poder mundial já que a Hillsong tem filiais em cidades globais, como Sydney, Londres e Nova York. Esse sentimento é criado pelas infraestruturas e materialidades específicas – os edifícios chiques da igreja; as paisagens sonoras bacanas; os livros e os sermões gravados e as roupas dos pastores; o uso do inglês; cultos e eventos globais; e o uso massivo da mídia digital, programas de TV e recursos didáticos. Essas infraestruturas estéticas fazem com que brasileiros tenham uma sensação de “copresença” (Madianou, 2016) com outros fiéis ao redor do mundo. É através dessas materialidades e formas sensacionais padronizadas que o cristianismo descolado da Hillsong circula.

Etnografia Digital e Multissituada

Este livro se baseia nos métodos que empreguei nos meus trabalhos anteriores sobre globalização religiosa e transnacionalismo (Rocha, 2006a, 2017a) – etnografia multissituada combinada com uma análise de mídias digitais e tradicionais (sites, blogs e redes sociais). Assim, sigo Coleman e Hackett (2014, p. 15), que observaram que, como o pentecostalismo é um movimento global heterogêneo e afeta culturas “locais” de formas diversas, ele força os antropólogos a “considerar o uso de etnografia multissituada para capturar as formas que o pentecostalismo conecta pessoas de diferentes partes do mundo por meio do uso de comunicação social, imaginação religiosa e eventos rituais”. Aqui, acompanhei fluxos on-line e offline entre o Brasil e a Austrália viajando em ambas as direções e, também, monitorei outras influências no campo, especialmente as que vêm dos Estados Unidos, pois este é o nó central de uma ampla rede de locais de onde saem fluxos para o Brasil.

O pentecostalismo australiano é apenas o mais recente em uma longa lista de influências no campo brasileiro. Desde o seu início com missionários italianos e suecos que criaram, respectivamente, a Congregação Cristã e as Assembleias de Deus, no começo do século XX, o pentecostalismo brasileiro foi fortemente influenciado por culturas pentecostais estrangeiras

(Mariano, 2014, p. 30–40). Embora missionários estrangeiros tenham continuado a chegar no país em números cada vez maiores, os brasileiros começaram a viajar para estudar em escolas bíblicas e participar de conferências, em sua maioria nos Estados Unidos. A circulação de mídias na forma de livros traduzidos, seminários gravados, conferências e, mais recentemente, mídias sociais, também contribuiu para a porosidade do pentecostalismo brasileiro.

Sem dúvida, o crescimento de novas mídias, como redes sociais, SMS, aplicativos como WhatsApp, webcams e e-mails, juntamente com a criação de dispositivos portáteis cada vez mais potentes, revolucionou a forma como as pessoas vivem e criam relações (transnacionais) on-line e off-line. A midiatização – como forma de manter relações transnacionais, imaginando um mundo maior e participando desse mundo – se tornou onipresente. Madianou e Miller (2012) cunharam o conceito “polimídia” para esse novo ambiente em que a comunicação não acontece apenas através de uma tecnologia, mas pela escolha e combinação de uma variedade de plataformas. Sobretudo, a polimídia também faz com que as pessoas tenham um sentimento de “copresença” (Madianou, 2016, p. 1), um intenso conhecimento da vida dos outros “que se torna possível através das *affordances* das mídias onipresentes”. Embora Madianou e Miller utilizem os conceitos de polimídia e copresença para analisar famílias transnacionais, mostrei que também podem ser usados em relação a membros de comunidades religiosas, pois esse novo ambiente virtual permite que eles participem de rituais e conversem com outros membros em tempo real.

Os recursos da polimídia para criar um sentimento de copresença ficaram claros no primeiro ano da pandemia de covid-19. Quando as igrejas fecharam na Austrália para frear a propagação de covid-19 em meados de março de 2020, a sede da Hillsong, seus campi no exterior, e a minha própria pesquisa de campo se deslocaram rapidamente para a internet. De muitas maneiras, a covid-19 lançou uma nova luz sobre o “transnacionalismo imóvel”, isto é, as formas pelas quais as pessoas continuam conectadas quando não estão viajando, previamente estudados por Levitt e Glick

Schiller (2004) como aquelas que ficaram para trás quando amigos e parentes emigram. Agora, a diferença é que todos nós nos encontramos imóveis e transacionais se tivermos acesso à internet. É digno de nota que as práticas on-line e offline são complementares; elas andam de mãos dadas, uma reforçando a outra (Campbell, 2012; Fewkes, 2019). Assim, respondo à Cool (2012), que identificou a necessidade de estudos de interações presenciais (offline) e virtuais (on-line) como parte do mesmo campo, o que chamou de “colocalidade”. Uma vantagem de seguir igrejas e fiéis nas redes sociais foi permitir que eu rastreasse interações e influências virtuais que refletem situações reais, já que os jovens participantes estavam constantemente on-line e offline. Também expandiu a minha compreensão das redes sociais que pertenciam ao campo de estudo, o que eu teria perdido se tivesse focado somente nas interações multissituadas offline.

Eu conduzi seis anos (2015-2020) de etnografia multissituada (observação participante e entrevistas) na Austrália e no Brasil, assim como uma análise dos fluxos de pessoas, ideias, práticas, objetos, imagens e mídias (tradicionais e digitais) entre os dois países. Com a pandemia da covid-19, continuei a acompanhar os cultos on-line no Brasil e em Sydney (já que não podia viajar nem ir a cultos presenciais) e a acompanhar reportagens da mídia sobre a megaigreja. Em Sydney, conduzi observação participante no campus da Hillsong e, em menor grau, em duas igrejas que seguem um estilo semelhante – a megaigreja australiana C3, que também tem filiais no Brasil, e a CJC (um pseudônimo), uma igreja de imigrantes brasileiros. Fiz isso porque os jovens brasileiros circulavam estrategicamente entre elas, apesar de a Hillsong ser seu foco central. Participei dos cultos semanais dessas igrejas, de um *connect groups* de brasileiros que se reunia quinzenalmente e das conferências anuais, além de outras atividades, como festas e churrascos. Também fiz o curso Alpha de dez semanas da Hillsong com um grupo de brasileiros. Nele, debatíamos sobre os princípios básicos do cristianismo e como eles se conectavam com as nossas vidas. Foi uma boa oportunidade para entender melhor os valores dos jovens brasileiros e observar se eram diferentes do que nos foi explicado durante o curso.

Além disso conduzi entrevistas com a diretora do Hillsong City College, uma administradora do C3 College e com os professores do Alphacrucis College (a escola oficial das Igrejas Cristãs Australianas, anteriormente conhecida como Assembleia de Deus na Austrália, onde muitos brasileiros continuam a formação teológica depois de estudarem no Hillsong College, pois este é uma escola técnica). Nestas entrevistas eu estava interessada nos desafios que os brasileiros enfrentavam quando se deparavam com as teologias e valores menos conservadores dessas instituições e igrejas, além do impacto que estes tiveram em suas crenças e práticas. Também entrevistei jovens brasileiros que estudavam nessas instituições e que participavam de cultos e *connect groups* (grupos de conexão) nessas três igrejas. As entrevistas focaram as histórias de vida, abrangendo os motivos que os fizeram viajar para a Austrália, narrativas de conversão, em como viam o papel do pentecostalismo no seu dia a dia como estudantes estrangeiros e suas “remessas religiosas”, isto é, suas conexões transnacionais com a família, amigos e pastores do Brasil.

No Brasil, eu passei três períodos de três a quatro meses (em 2015, 2016, 2018) conduzindo uma pesquisa de campo em São Paulo, Campinas, São José dos Campos, Curitiba, Belo Horizonte, Brasília e Natal. Além da Hillsong de São Paulo, eu conduzi observação participante e entrevistas nas igrejas que fazem parte da *Hillsong Network* e *Family* (a Rede e Família Hillsong) e nas igrejas em que os pastores viajaram para a Austrália participar das conferências e cultos da Hillsong, da C3 e da CJC. Queria saber como esses pastores viam suas experiências na Austrália, quais características da megagreja australiana as suas igrejas haviam adotado ou rejeitado, como eles viam a chegada da Hillsong no Brasil, as redes internacionais de igrejas das quais faziam parte (incluindo aquelas das quais recebiam materiais didáticos) e se havia similaridades entre sua “visão” para suas próprias igrejas e aquela das megagregas Australianas.

Além disso, entrevistei brasileiros da indústria da música que levaram a música da Hillsong United ao Brasil. Queria saber como a indústria cultural conseguiu fazer com que a Hillsong se torna-se tão famosa numa

época em que a Austrália e seus produtos culturais eram praticamente desconhecidos. Também acompanhei e entrevistei brasileiros que tinham voltado para casa depois de fazerem parte das congregações dessas igrejas e/ou estudado nas suas instituições. Alguns deles eu havia conhecido e já entrevistado anteriormente na Austrália. Explorei como lidaram com os desafios de retornar para as suas igrejas e se e como mantiveram conexões com os amigos e igrejas da Austrália. Percebi que suas vidas on-line e offline se entrelaçavam profundamente no retorno ao Brasil, pois lidavam com as dificuldades de readaptação e a nostalgia da Austrália e das experiências na Hillsong. No total, conduzi 60 entrevistas. Os entrevistados eram recrutados através de amostragem bola de neve ou se ofereciam para serem entrevistados durante a observação participante. As entrevistas foram conduzidas em português e inglês, dependendo da preferência dos entrevistados (eu sou brasileira e vivo na Austrália há mais de 20 anos), e eram gravadas, transcritas e traduzidas.

Ao mesmo tempo, acompanhei essas igrejas e as suas congregações on-line nas redes sociais. A igreja Hillsong é bem atuante nas mídias sociais: pastores, bandas, instituições, canal de TV com programas para crianças/jovens/mulheres, assim como a sede da igreja e cada filial australiana e global postam várias vezes por dia em diversas redes (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter). Isso me fez perceber como o conteúdo e o estilo viajavam e eram traduzidos da sede da Hillsong para o campus brasileiro. Dessa forma, pude observar os seguidores brasileiros interagindo com a filial do Brasil e assistindo cultos e eventos on-line transmitidos pela sede em Sydney.

Aprendendo Cristianismos

Para escrever este livro, eu tinha muito o que aprender sobre o cristianismo. Não fui criada em uma família religiosa. Na verdade, posso dizer que a minha família se tornou antirreligiosa com o tempo. A aliança entre os setores da igreja católica e o golpe militar de 1964, seu patriarcado e o poder

que ela detinha sobre a sociedade brasileira afastaram meus pais da igreja para sempre. Também estudei em escolas progressistas, então meus amigos não eram religiosos. Assim, abordei esta pesquisa da mesma forma que fiz com os projetos de pesquisa anteriores sobre o budismo (Rocha, 2006a; Rocha e Barker, 2010) e a cura espírita (2017a), isto é, tive que aprender não só como e por que as pessoas viviam as religiões da forma como viviam, mas também os seus princípios. Além disso, embora o budismo, cura espírita e o movimento da Nova Era não fossem polêmicos entre meus pares da classe média, já que normalmente é a classe média do Ocidente que se interessa por eles, o pentecostalismo traz consigo outros problemas.

Em seu clássico ensaio de 1991, a antropóloga Susan Harding analisou como a mídia, os progressistas e, também, os antropólogos, construíram os fundamentalistas cristãos nos Estados Unidos como “o Outro repugnante”. Em suas pesquisas, Harding era sempre questionada por que estava estudando este tema e se ela era fundamentalista. A antropologia do cristianismo (Cannell, 2006; Coleman e Hackett, 2014; Engelke e Robbins, 2010; Robbins, 2003, 2007, 2014) como área de pesquisa cresceu consideravelmente nas últimas duas décadas conforme os processos de globalização se aceleraram, e agora 60% dos 2.5 bilhões de cristãos no mundo vivem no Sul Global. Porém, o envolvimento histórico da antropologia com o cristianismo e a teologia tem sido tenso, pois os dois tem diferentes “orientações éticas para o mundo” (Coleman, 2015, p. 278). De fato, Fenella Cannell (2006, p. 4) afirmou que o cristianismo “foi o reprimido da antropologia durante o período de formação da disciplina”. A antropologia se firmou como uma ciência baseada em razão e empirismo; assim, se esforçou para se diferenciar e rejeitar a teologia cristã. Além disso, originalmente, a disciplina focava em diferenças culturais e o cristianismo era parte integrante da cultura ocidental. Consequentemente, embora os antropólogos tenham percebido o estudo de outras religiões como parte da disciplina, o mesmo não aconteceu em relação ao cristianismo. Além disso, os missionários cristãos percorriam o mesmo território que os antropólogos, pois estes

últimos realizavam trabalho de campo nas periferias do mundo e os primeiros tinham impacto nas culturas locais. Ao mesmo tempo, os cristãos defendiam ferrenhamente suas crenças antimodernas no Ocidente. Diante do histórico de tensão, Cannell (2006, p. 5) incitou os antropólogos a “deixarem de lado o pressuposto de que sabemos de antemão o que seria a experiência, prática ou crença cristã”.

Como Harding (1991) e Cannell (2006), o antropólogo Simon Coleman (2015, p. 275) também sentia que precisava explicar para outros especialistas por que ele “estudava essa porcaria” quando pesquisou o pentecostalismo e a teologia da prosperidade na Suécia. Num artigo de 2015, ele usou esses questionamentos constantes para abordar as práticas éticas dos antropólogos em relação aos cristãos conservadores (2015, p. 277). Com base no artigo de Harding, Coleman questionava se duas posições éticas, que Harding denominou – (1) “engajamento como oposição”, isto é, adotar um projeto de oposição política por meio de uma compreensão complexa e heterogênea do outro; e (2) a autorreflexão de antropólogos conforme “enxergam características de si mesmos no outro” – podem ser mantidas pelo mesmo estudioso. Argumenta por uma reflexão sobre as fronteiras como locais produtivos para pensar sobre os engajamentos éticos com o outro. Coleman demonstrou que cristãos não se interessam por outras culturas apenas para convertê-las. Mais importante ainda, ao criarem fronteiras entre eles mesmos e os não crentes, consolidam e praticam as próprias identidades como cristãos. Dessa forma, essas fronteiras são constantemente construídas e reconstruídas. Assim, Coleman (2015, p. 295) adverte os antropólogos para não aceitarem essa dicotomia totalizante que coloca fundamentalistas cristãos como uma comunidade homogênea se quisermos:

produzir etnografias matizada ou até um ativismo eficaz... Ironicamente, esse tipo de abordagem significaria aderir ao poder da linguagem pentecostal, e ao mesmo tempo utilizar uma linguagem antropológica mais antiga que coloca povos inteiros dentro de um único conceito de ‘cultura’.

Ele sugere que a etnografia é mais produtiva se mantiver uma posição de envolvimento e ceticismo. De qualquer forma, Coleman observa que existem lacunas nas fronteiras criadas pelos pentecostais. Alguns podem ser dogmáticos, mas outros se aventuram em mundos diversos. É o caso da megaigreja Hillsong e dos seus seguidores, como veremos neste livro. Na verdade, foi por se envolver com o mundo secular (por meio de *branding*, redes sociais, moda, música etc.) e se abrir para os movimentos sociais contemporâneos, como o *Black Lives Matter* e a comunidade LGBTQIAPN+, que ela atraiu vários jovens brasileiros da classe média.

Seguindo a advertência de Coleman, me envolvo com esses jovens cristãos de forma, espero, produtiva. Por exemplo, como pertencente à classe média brasileira, me identifiquei facilmente com as aspirações dos interlocutores de viver no Norte Global, aprender inglês e ter uma vida que poderia ser diferente. Pude me identificar com os jovens brasileiros que lidavam com o choque cultural quando tentavam criar raízes e se tornar cidadãos na Austrália. As dificuldades que enfrentaram durante a transição para a vida adulta em um lugar novo me lembravam das minhas quando saí do Brasil sozinha pela primeira vez aos 17 anos para estudar nos Estados Unidos. Além disso, o desejo deles por um mundo melhor no qual todas as pessoas recebessem amor e respeito, e aonde a hierarquia não fosse tão proeminente como no Brasil, também desencadeou empatia. Da mesma forma, minha pesquisa sobre espiritualidade e o movimento Nova Era me preparou para compreender sua crença de que Deus havia preparado suas vidas; que Ele olhava por eles e os protegia o tempo todo; e que podiam receber o Espírito Santo nos seus corpos e falar em línguas. Muitas dos seguidores de João de Deus (Rocha, 2017a) também pensavam que Deus/o Universo/os espíritos de luz os protegiam e mostravam o caminho correto na vida. Eles afirmavam que recebiam mensagens espirituais de seu Eu superior ou de entidades espirituais, e alguns eram médiuns dessas entidades e falavam com as vozes delas.

Eu não estou dizendo que esses mundos sejam iguais, é claro. Mas eles prepararam a “negociação de uma multiplicidade de posições éticas”

(Coleman, 2015, p. 277) entre mim, como antropóloga, e a comunidade que estudei, entre engajamento e ceticismo. Embora pudesse me identificar com algumas características que mencionei anteriormente, como antropóloga secular e progressista, alguns valores e práticas da comunidade eram difíceis para mim, como os papéis de gênero e o trabalho missionário. Ainda me lembro da repulsa que senti ao ouvir um dos anciãos de uma das igrejas em que conduzi pesquisa dizer que estava orgulhoso por ter “plantado” várias igrejas entre populações indígenas no Sul Global. O horror do genocídio Yanomami na Amazônia, perpetrado por grileiros e missionários apoiados pelo governo Bolsonaro (Pacheco, 2023), veio à tona alguns anos depois dessa entrevista, mas muitos colegas antropólogos, amigos e a mídia (Angelo, 2017) já sabiam de problemas semelhantes com outros grupos indígenas antes disso.

Consequentemente, entendo por que meus amigos e a mídia na Austrália e no Brasil têm ideias negativas em relação aos pentecostais, assim como entendo por que e como os jovens são atraídos para as megaigrejas como a Hillsong e a C3, e migrantes alternam entre igrejas migrantes menores e essas megaigrejas. Espero que essa etnografia também ajude o leitor a manter uma posição entre o engajamento e o ceticismo.

A Estrutura do Livro

Embora a sequência de capítulos pareça sugerir uma progressão linear dos fluxos do pentecostalismo entre a Austrália e o Brasil, na verdade, os fluxos analisados são circulares e contemporâneos. O cristianismo descolado da Hillsong está se movendo constantemente para dentro do Brasil e da Austrália -- por meio da música, das mídias digitais, da cultura material, dos pastores internacionais que visitam as filiais de São Paulo e dos brasileiros retornando da Hillsong na Austrália e de outras filiais do Reino Unido, de outros países da Europa e dos Estados Unidos. Ao mesmo tempo, os brasileiros na Austrália mantêm contato com a família, os amigos e as próprias igrejas no Brasil, enviando remessas religiosas e inspirando outros

a seguirem seus passos. Escolhi ordenar os capítulos como uma jornada de ida para a Austrália e retorno ao Brasil apenas para ajudar os leitores a compreenderem essa assemblagem complexa de fluxos que se intersectam.

No capítulo 1, estabeleço o contexto para o livro, investigando a adoção do “cristianismo descolado” da Hillsong como uma “forma sensacional” (Meyer, 2009, 2010b) que une, especialmente, jovens que estão em transição para a vida adulta. Tenho como foco a forma que a estética religiosa, o *branding* e a cultura de celebridades desempenham um papel importante na criação de comunidades e na formação de identidades para os jovens. Defendo que, para os jovens brasileiros da classe média, o cristianismo descolado gera um sentimento de pertencimento não apenas à comunidade cristã global (como costuma ser com cristãos), mas também a uma comunidade cosmopolita estabelecida no Norte Global. O capítulo também demonstra como esse grupo mobiliza seu privilégio de classe e raça por meio do afeto quando rejeita o pentecostalismo dos “pobres brasileiros atrasados”. Assim, esse capítulo prepara o cenário para que entendamos como a classe social, o afeto e a geometria de poder global (Massey, 1993) têm um papel importante na escolha de estilo da igreja.

O capítulo 2 investiga como o cristianismo descolado e a Hillsong chegaram ao Brasil por meio da cultura popular dos Estados Unidos e das músicas cristãs. Explora como os jovens brasileiros se tornam fãs das bandas de louvor da Hillsong e da megagreja desde a década de 1990. Demonstra como esse fã-clubes se expandiu e se entrelaçou com o imaginário da Austrália, onde fica a sede da banda e da igreja. A Hillsong e a Austrália se tornam, então, locais e formas de autoridade – exercem poder e oferecem esperança e otimismo como caminhos para mudar suas vidas. Isso leva os jovens brasileiros da classe média a viajar para a Austrália com o objetivo de participarem dos cultos, das conferências, das bandas de louvor e se matriculem no Hillsong College. Defendo que esse relacionamento de fã-clubes com a Hillsong e a Austrália faz com que os brasileiros sonhem em refazer as igrejas brasileiras e o Brasil à sua imagem.

No capítulo 3, exploro o papel do pentecostalismo na vida dos estudantes brasileiros de classe média que viajaram para a Austrália e frequentam as igrejas pentecostais. Na Austrália, os estudantes levam uma vida precária: estão em transição para a vida adulta e pela primeira vez vivendo longe do seu país e sem a família. Além disso, eles experienciam um rebaixamento de seu status social e ficam à mercê das constantes mudanças da política migratória australiana. Nesse aspecto, desloco o meu foco de análise para outras duas igrejas que adotam formações estéticas similares às da Hillsong — a C3 e a CJC, uma megaigreja australiana e uma igreja brasileira, respectivamente –, já que muitos brasileiros circulam estrategicamente entre elas e a Hillsong para encontrar um lar longe do lar. Argumento que o pentecostalismo oferece uma estrutura que faz com que eles entendam a sua jornada de estudantes-migrantes. Demonstro que os estudantes brasileiros narram toda a burocracia migratória (vistos, trabalhos, cursos de inglês, patrocínios para residência permanente) na linguagem da religião, como exemplo do poder de Deus nas suas vidas. Para eles, Deus determina se podem ficar ou se precisam retornar ao Brasil. Como eles não têm controle sobre a permanência no país, a cidadania no Reino de Deus dá a eles mais sentido de pertencimento do que a cidadania australiana.

No capítulo 4, abordo as experiências dos jovens brasileiros no Hillsong College. Considero as experiências afetivas poderosas e transformadoras dos jovens matriculados e alojados no Hillsong College que chegam sozinhos em Sydney. Tenho interesse em saber como eles incorporam suas subjetividades dentro da igreja e o que pensam sobre a experiência de estudar e servir em tempo integral (doando bastante tempo e energia para a igreja) como se estivessem “vivendo um sonho”. Defendo que existem diversos motivos para que se sintam tão entusiasmados em relação à igreja – o foco em liderança, pontualidade, confiança, autonomia e excelência; relações mais igualitárias com os pastores e músicos das bandas de *worship*; oportunidades para fazer amizade com estudantes do mundo todo; e as suas próprias subjetividades se associando à igreja (e à marca) que amam.

No geral, o Hillsong College provocou um engajamento afetivo bastante forte por parte dos estudantes brasileiros.

O capítulo 5 explora infraestruturas importantes – os edifícios chiques da igreja, as paisagens sonoras antenadas, as mídias digitais, a rede Hillsong, os programas de ensino para pastores de outras igrejas e uma agência de viagem cristã brasileira – que possibilitam a expansão da Hillsong no Brasil. Além disso, essas infraestruturas permitem às pessoas terem um sentimento de “copresença” (Madianou, 2016) com outros fiéis em outras partes do mundo. Isso ficou claro quando os cultos e as atividades da Hillsong se tornaram virtuais em função da pandemia de covid-19. Esse capítulo mostra que essas infraestruturas compreendem uma arquitetura através da qual o cristianismo descolado da Hillsong circula. Defendo que essas infraestruturas se conectam com os fiéis por meio do afeto (orgulho, desejo, entusiasmo) ao comunicarem sucesso, entusiasmo, modernidade e cosmopolitismo aos jovens brasileiros da classe média que aspiram romper com o pentecostalismo conservador que atende aos pobres. Assim, chamo a atenção de pesquisadores para estudarem atores humanos e não humanos e infraestruturas que movem a religião para além das fronteiras nacionais, com atenção especial à forma como a imaginação e as diferenças de poder moldam a mobilidade e a imobilidade.

O capítulo 6 acompanha os brasileiros que retornaram para o Brasil depois de frequentarem a Hillsong, o Hillsong College e a igreja brasileira CJC. Discuto as dificuldades que enfrentaram para se reinserir nas suas antigas igrejas devido aos diferentes estilos de culto, gestão e cultura. Consequentemente, a maioria deixa suas antigas igrejas e começa a pular de igreja em igreja na busca de alguma que tenha estilos estéticos e valores similares aos que conheceram na Austrália. Muitos não os encontram e tornam-se desigrejados. Vale ressaltar que as suas experiências na Austrália deram a eles uma perspectiva cosmopolita sobre a vida – todos mantiveram contato com seus pares na Austrália, sejam eles pastores, professores do College, colegas da igreja ou outros estudantes, e depois viajaram para

visitá-los. A Hillsong tinha se tornado tão importante nas suas vidas que, assim que a igreja estabeleceu um campus em São Paulo em 2016, alguns deles deixaram o emprego e a família para mudar para São Paulo e se voluntariar na igreja.

No último capítulo, investigo a criação da Hillsong São Paulo e como o estilo de cristianismo descolado da Hillsong se espalha pelo país, tanto on-line quanto offline. Observo como os desafios que a megaigreja enfrentou no Brasil trazem à tona mais do que os próprios problemas da Hillsong causados pela sua expansão global por meio de *branding* e fã-clubes. Eles também demonstram a tensão inerente que existe quando uma rede global cria raízes locais. Afirmo que, como uma megaigreja com filiais em diversos países que têm culturas pentecostais diferentes, o estilo estético da Hillsong precisa ser ajustado, sendo inclusivo o bastante para atrair os jovens, mas também conservador para permitir sua expansão global. Sobretudo, afirmo que o estilo de cristianismo descolado da Hillsong consegue florescer no país e ser adotado (e adaptado) por outras igrejas porque o seu foco em excelência, entusiasmo, cultura de celebridades, uso do inglês, a excelência e profissionalismo se encaixam bem com a imagem que os brasileiros têm do Norte Global.

Na Conclusão, considero como as narrativas de abuso na Hillsong foram vistas e trabalhadas no Brasil em comparação ao que ocorreu na Austrália e nos Estados Unidos. Defendo que o Brasil (e potencialmente outros países no Sul Global) foi protegido desse período turbulento porque o apelo da Hillsong aqui – o foco em graça e amor em vez de julgamento; as oportunidades para se tornar cosmopolita, aprender inglês, liderança e outras práticas importantes para a vida adulta; e uma geografia alternativa de pertencimento – perdura. Portanto, este livro mostra que o local é fundamental para a (i)mobilidade religiosa. As condições sociais dos locais geram imaginários afetivos de outros lugares e impulsionam as pessoas a agir. Pode ser através de fã-clubes, viagens (imaginárias ou reais) e adoção de novas formas sensacionais de outro lugar. Ao focar em como o estilo

de cristianismo descolado da Hillsong se espalha no Brasil por meio das aspirações da classe média por cosmopolitismo, demonstro como o trabalho de imaginação é mediado por assimetrias de poder entre o Norte e o Sul Global.

O Cristianismo Descolado¹

Uma igreja fundada na Austrália é onde a galera *millennial* de Nova Iorque passa as manhãs de domingo. Mas para vós de pouca fé, é difícil entender a Hillsong. É pra valer? É uma seita hipster? E por que todo mundo lá usa Yves Saint Laurent? Nos juntamos ao rebanho para descobrir se o cristianismo pode ser tão descolado assim sem deixar de ser cristão.

Brodesser-Akner, revista *GQ*, 2016.

Até o final de 2020, quando o pastor líder celebridade da Hillsong Nova Iorque, Carl Lentz, foi demitido por má conduta sexual e financeira, celebridades e jovens descolados norte-americanos estavam se juntando em bandos na sede nova-iorquina da Hillsong. Sempre interessada nas últimas tendências, a mídia secular enviou repórteres para entender por que celebridades e jovens descolados frequentavam a Hillsong. Igreja não era algo só para os velhos e suburbanos? Matérias e mais matérias mencionavam Justin Bieber e outras celebridades frequentadoras da igreja, descreviam os cultos que se assemelham a baladas, com tecnologia de ponta, música boa e uma ótima *vibe*. O estilo das roupas também era destacado nessas reportagens, como o artigo da revista *GQ* apontado na epígrafe. Outra revista, a *Harper's Bazaar*, intitulou sua coluna “Is This the Most Fashionable Church Ever? A writer goes inside Hillsong—a spiritual refuge for models, editors and Justin Bieber?” (Marcus, 2015) [“Seria essa a igreja mais estilosa do mundo? Entramos na Hillsong — um refúgio espiritual para modelos, editores e para o Justin Bieber”, em tradução livre]. A *Women's Wear Daily* (WWD), revista comercial da indústria de moda, observou: “Este é o uniforme de

¹ Capítulo traduzido para a língua portuguesa por Maria Victória Pydd, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebechi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

Lentz: jaqueta de couro Saint Laurent, jeans rasgados e camiseta com decote em V. É bem diferente do que alguém esperaria que um pastor vestisse, mas Lentz não é um pastor ‘comum’... Ele é um pastor cool” (Tietjen, 2017). Até mesmo o *New York Times*, ao fazer uma resenha do livro de Lentz, focou no que ele vestia: “Lentz apareceu no palco usando óculos vintage aviador, calça *skinny* preta e blazer preto jogado por cima de uma camiseta preta com decote em V” (Harris, 2017). Outro jornalista resumiu a situação nas seguintes palavras: “A moda está na linha de frente da reconstrução da imagem do cristianismo” (Laneri, 2019).

Mesmo que a moda e as celebridades sejam centrais na Hillsong de Nova Iorque — já que o capitalismo de consumo e a cultura de celebridades são muito mais avançados nos Estados Unidos —, elas também são visíveis nas outras filiais da Hillsong no mundo todo. Os pastores da megaigreja são conhecidos por seu estilo descolado: cabelo cortado no estilo *undercut*, chapéus fedora, jaquetas de couro, camisetas brancas, às vezes camisas de flanela amarradas na cintura (estas são resquícios do modo de se vestir da classe trabalhadora dos subúrbios de Sydney, onde a igreja surgiu), jeans *skinny* rasgados, e botas de couro ou tênis brancos. O novo pastor global da Hillsong, Phil Dooley, com quase cinquenta anos, sempre usa um gorro de lã por cima dos cabelos longos, loiros e cacheados, mesmo no verão. Aparentemente, este estilo está relacionado ao seu amor pelo surfe. Aos quarenta, Chris Mendez, o pastor titular responsável pela América do Sul, também segue o mesmo estilo: jaqueta de couro, camiseta branca e jeans *skinny*. Os jovens da congregação imitam seus pastores. A mesma repórter da GQ (Brodesser-Akner, 2016) notou que pastores estão virando influencers:

[O chapéu] é o que todos estão vestindo, como um distintivo ou um uniforme. O chapéu apareceu há cinco ou seis anos, quando o pastor Joel o usou. Em clippings de notícias nos Estados Unidos, que começaram por volta de 2010, o ano em que o pastor Joel (Houston) e o pastor Carl (Lentz) estabeleceram a primeira filial norte-americana da Hillsong, e o pastor Joel está quase

sempre de chapéu. E, em algum momento, você tem que reconhecer que um grande grupo de novaiorquinos adotando as escolhas de moda de seus líderes espirituais não só é algo peculiar, mas também uma indicação de que, o que quer que estes líderes estejam fazendo, estão fazendo com muita eficiência. Eles estão liderando. Estão influenciando.

Ao longo dos anos, outras igrejas também adotaram essas características da Hillsong. Um jovem brasileiro que havia recém-chegado de estudos na Austrália quando conversei com ele, percebeu um fenômeno similar no Brasil:

Se você for em algumas igrejas aqui no Brasil, as pessoas se vestem igual australianos. As calças são superbaixas... usam colar comprido, camiseta comprida, ou camisa de flanela larga. Às vezes eles colocam aquele chapéu, como se estivéssemos em uma igreja na Austrália. A moda é ser como eles.

A moda e a cultura de celebridades são as marcas do que pode ser chamado de “Cristianismo Descolado” ou “Cristianismo Hipster” (McCracken, 2010; Sanders, 2014; Sandler, 2006). Esse tipo de cristianismo se originou no movimento Jesus People que, por volta do fim dos anos 1960, misturou a contracultura, o comunalismo e a ortodoxia evangélica (Eskridge, 2013; Luhrmann, 2012; Schafer, 2020). Segundo Schafer (2020, p. 931):

Tradições pentecostais e carismáticas dentro do cristianismo evangélico tiveram sucesso em atrair convertidos da contracultura. Ao invés de dar ênfase à pureza doutrinal e ao literalismo, eles focavam as dimensões pessoais, terapêuticas e emocionais da fé. Práticas resgatadas do primitivismo cristão — como a cura pela fé, falar em línguas e receber o Espírito Santo — apelavam muito para uma geração criada com a retórica da ‘ética situacional’ e do ‘faça amor, não faça guerra’. Rituais pentecostais resolveram a contradição entre o absolutismo fundamentalista e a liberdade contracultural, fundindo o fervor espiritual e a rigidez da moralidade. Assim, o movimento contava com normas

rígidas e absolutismo moral baseado na autoridade bíblica, ao mesmo tempo em que validava o êxtase hippie, o conhecimento intuitivo e os laços comunitários.

Apesar de o movimento Jesus People ter desaparecido pelo fim dos anos 1970, seu legado continuou vivo. Muitas das características do cristianismo pentecostal e carismático que se originaram do seu envolvimento com a contracultura — suas músicas e estilo de louvor, abordagem terapêutica, e engajamento com a cultura jovem e popular — manteve o crescimento desse movimento entre os jovens universitários de classe-média (Eskridge, 2013; Luhrmann, 2012; Schafer, 2020). Conforme o número de pessoas que se define como não religiosas nos censos aumentou em diversas partes do mundo na última década (Halafoff et al., 2020; Lipcka, 2015; Pew Research Center, 2021)², igrejas pentecostais e carismáticas se engajaram com a juventude contemporânea e a cultura popular de modo a se tornarem relevantes entre os jovens. Como eu mencionei na introdução, igrejas descoladas borram as fronteiras entre o sagrado e secular, adotando estilos jovens — roupas da moda, música pop, uso de redes sociais, design

2 Segundo o *Pew Research Centre* (2021), cerca de três a cada dez adultos norte-americanos não têm nenhuma afiliação religiosa. Além disso, a porcentagem de cristãos diminuiu na última década. Enquanto eles eram 75% da população dos ESTADOS UNIDOS em 2011, em 2021 o número caiu para 63%. A maioria deles é protestante (40%). Uma pesquisa intitulada “Europe’s Young Adults and Religion” (Bullivant, 2018) [“Jovens Europeus e a Religião”, em tradução livre] analisou jovens de 16 a 29 anos que se identificam como “sem religião” em 22 países europeus. A pesquisa mostrou que a juventude da República Tcheca é a menos religiosa (91%), enquanto a mais religiosa é a da Polônia (17%). No Reino Unido o número é de 70%, na França 64%, na Alemanha 45% e em Portugal 42%. Para a população do Reino Unido em geral, a pesquisa da British Social Attitudes apontou que 52% das pessoas não têm religião (BBC, 2017). No censo australiano de 2021, 39% da população escolheu “sem religião”, enquanto 30% fizeram o mesmo no censo de 2016. Como em outros lugares, o cristianismo está perdendo fiéis na Austrália. Enquanto o censo de 2011 registrou 61% da população como cristã, o de 2016 registrou 52% e o de 2021, 44% (ABS, 2022b). No Brasil, uma enquête do Datafolha conduzida entre jovens de 16 e 24 anos em maio de 2022 revelou que 25% deles não tem religião, comparado a 14% da população adulta (Carranço, 2022).

gráfico moderno, indústrias criativas e cultos que parecem baladas — e estratégias de marketing e novas tecnologias. Se deveríamos chamar igrejas de “descoladas” tem sido um assunto de discussões infinitas entre pastores e suas congregações nas duas últimas décadas, como veremos mais adiante.

Especialistas vêm analisando as formas como o cristianismo tem entrado na cultura jovem e popular como um fenômeno relacionado à megaigrejas pentecostais independentes (Coleman e Chattoo, 2019; Johnson, 2018; Klaver, 2015b; Sanders, 2014; Sargeant, 2000). Todavia, demonstrei em um artigo anterior (Rocha, 2021) que esse cristianismo repaginado voltado para jovens de classe-média também é produzido por celebridades seculares, pela indústria da moda, e por jovens empreendedores cristãos que veem seus produtos como parte da Grande Comissão. Defendi que a assemblagem desses diferentes vetores gera um complexo industrial da “Moda-Celebridade-Megaigreja”. A indústria da moda, junto com designers cristãos, cria produtos e estilos que são presenteados a estrelas (cantores e atores seculares, assim como pastores e músicos) que, ao usá-los, os endossam. Tal apoio aumenta o número de vendas e, para cristãos empreendedores, também aumentam as oportunidades de evangelização.

Como o repórter da *WWD* explicou: “Ele [Carl Lentz] consegue a maior parte das suas roupas — incluindo o Rolex no pulso — de graça, porque ele tem amigos muito generosos, e acontece que alguns deles são designers, como o Jerry Lorenzo da [marca] Fear of God”³ (Tietjen, 2017). Da mesma forma, celebridades seculares estão produzindo músicas, shows e roupas de marca inspiradas pelo cristianismo, que ajudam a disseminar

3 A *Fear of God* é uma das grifes de *streetwear* de maior influência dos Estados Unidos. Lorenzo, dono da marca, já fez parcerias com a grife de alta-costura Zegna e, mais recentemente, com a Adidas, para liderar suas divisões de basquete e atletismo. Ao justificar a parceria, um membro do conselho executivo da Adidas afirmou: “O impacto global que o Jerry Lorenzo e a *Fear of God* têm na cultura é inegável” (Wolf, 2020). Essa grife é endossada (e vestida) por pastores sêniores da Hillsong. A *Fear of God* tem 2 milhões de seguidores no Instagram, incluindo pastores brasileiros da Hillsong.

esse lado descolado da crença. Por exemplo, Kanye West apresentou seus “Louvores de Domingo” no festival Coachella em 2019. Na ocasião, além de cantar músicas cristãs com seu coral gospel, ele lançou uma nova linha de *streetwear* chamada “Yeezy Sunday Service” [“Culto de Domingo do Yeezy”]. Esses produtos foram vendidos em uma loja-barraca de eventos chamada de “Church Clothes” [“Roupas de Igreja”]. Havia moletoms estampados com as palavras *Holy Spirit* [Espírito Santo] e meias com dizeres *Church Socks* [Meias de Igreja] e *Jesus Walks* [Jesus Caminha], entre outros itens. Naquele mesmo ano, West lançou o aguardado álbum *Jesus is King* e lançou uma linha de *streetwear* com o mesmo nome. Pouco depois, celebridades seculares, como James Corden, receberam West e seu coral em seus programas de TV. Cristãos também disseminaram o álbum nas redes sociais. No Coachella e no lançamento do novo álbum, espetáculo, moda, a cultura de celebridades e de jovens, cristianismo e capitalismo estavam misturados em uma assemblagem poderosa, criando uma experiência sensorial e estética de uma fé que pode ser consumida, desfrutada e vestida. Vale ressaltar que essa experiência estética molda a forma como esses atores se enxergam e gera um sentimento de pertencimento a uma comunidade de fãs e consumidores do cristianismo descolado.

A Hillsong também está envolvida nessa assemblagem poderosa. Ela vende sua própria linha de *streetwear* e outros acessórios nas lojas da igreja, nas conferências, on-line, e até o início de 2022, quando os pastores globais sênior Brian e Bobbie Houston foram demitidos, vendia através da “Team Box”, uma caixa de assinatura mensal contendo roupas, acessórios, CDs e adesivos da marca da igreja, além de livros dos pastores e mensagens encorajadoras que passavam por um processo de “curadoria” mensal e eram vendidas on-line. Diferente de outras assinaturas seculares, a *Team Box* teoricamente servia para “inspirar” os consumidores a se conectar com Deus e sentir Sua presença, bem como puxar assunto sobre Ele. Sugiro que a caixa traz também um elemento de surpresa, de empolgação, de receber um presente e de constituição de uma comunidade (por isso o nome “*Team*” *Box*, ou caixa da equipe). Vários seguidores jovens da

Hillsong postaram vídeos no YouTube abrindo as caixas e mostrando sua empolgação para a audiência, exibindo item por item. Novamente podemos ver o engajamento da Hillsong com temas que são importantes para os jovens — fama nas redes sociais, consumismo e moda, tudo empacotado no cristianismo descolado. Grifes cristãs, músicas e roupas do Kanye West e os produtos da Hillsong criam laços emocionais, além de uma estética e um vocabulário comuns entre os consumidores. Esses elementos guiam as pessoas para ter uma mesma visão de mundo.

Neste capítulo, analiso o cristianismo descolado da Hillsong como uma “forma sensacional” (Meyer, 2009, 2010b) que liga especialmente pessoas jovens durante a transição para a vida adulta. Foco em como estéticas, o *branding* e a cultura de celebridades têm um papel importante na formação de comunidades e identidade. Defendo que, para jovens brasileiros de classe média, o cristianismo descolado gera uma sensação de pertencimento não apenas ao cristianismo global (como é comum entre cristãos), mas a uma comunidade cosmopolita baseada no Norte Global. Argumento que este setor da sociedade associa o cristianismo descolado com a modernidade, enquanto rejeita o pentecostalismo brasileiro por associá-lo a brasileiros pobres e “atrasados” e sua estética. Sendo assim, este capítulo ilustra como a classe social e uma geometria de poder global (Massey, 1993) atuam na escolha de um estilo de igreja.

Estéticas religiosas

As pesquisas sobre estética e religião vêm crescendo consideravelmente desde a década de 1990 (Arweck e Keenan, 2016; Grieser e Johnston, 2017; Martin, 2006; Meyer, 2009, 2010b; Meyer e Verrips, 2008; Vásquez, 2011). Os especialistas da área compreendem a religião como uma prática que faz a mediação com o divino através dos sentidos, objetos, sons, imagens e rituais. Como mencionei brevemente na Introdução, seguindo essa linha de pesquisa, utilizo “estética” no sentido geral de *aisthesis*, um conceito cunhado por Aristóteles para se referir a *sensações corporais e*

conhecimento que nos ajudam a dar sentido ao mundo e a nós mesmos. Nesse contexto, o campo da estética da religião foca na intersecção entre o afeto, o sensorial, a cultura e a sociedade. Como Grieser e Johnston notaram (2017, p. 2): “A estética da religião se concentra na interação entre os aspectos sensoriais, cognitivos e socioculturais da construção de mundo, e no estudo do papel da religião nessa dinâmica”. Usar o conceito de *estética/aisthesis* para estudar o apelo do pentecostalismo é bastante adequado, pois, nessa forma de cristianismo, o corpo e seus sentidos são essenciais para a maneira como as pessoas entendem o mundo. É no corpo delas que o Espírito Santo se faz presente em suas vidas, seja através de experiências extáticas, glossolalia, cura, mensagens intuitivas, ou profecias. Por isso o papel fundamental da música e da espetacularização enquanto mídia que torna imanente o transcendente.

Portanto, não me refiro à estética em um sentido de apreciação desinteressada do belo e do sublime, uma associação muito mais moderna e restrita proposta por Kant. Segundo Meyer e Verrips (2008, p. 23-24), essa abordagem “não corpórea e imaterial” sobre estética faz distinção entre mente e corpo, arte erudita e popular (produzida em massa) e arte e religião. Essas esquematizações binárias são hierárquicas, pois o primeiro elemento de cada par é visto como superior ao segundo. As pesquisas da materialidade da religião mostram que, na verdade, a mídia é inerente à religião, já que “Deus... precisa estar presente para seus seguidores de alguma forma” (Meyer, 2010b, p. 748). A minimização de formas, imagens e sensações corporais no estudo da religião se deve a um viés protestante que enxerga a religião como pertencente à mente, ao interior e à crença. Nesse contexto, o protestantismo europeu constituiu a fé como uma categoria universal em todas as religiões por conta da sua centralidade no cristianismo. Meyer e Houtman (2012, p. 2) afirmam:

Ao invés de ser uma inclinação universal que forma naturalmente a característica definidora da religião, a ‘fé’ tem sido ‘universalizada’ por meio de práticas científicas, religiosas e políticas,

como esquemas revolucionários, a evangelização cristã e a governança colonial.

Historicamente, especialistas em religião adotaram essa compreensão émica e protestante da religião. Meyer (2010b, p. 744–746, 749) mostra que Weber seguia o esquema evolucionário do Iluminismo quando diferenciou religiões mágicas (que usam rituais, imagens, objetos etc., como o catolicismo e religiões indígenas) de religiões de salvação (as que privilegiam o significado puro, como o protestantismo), e defende a superioridade desta última. Meyer notou (2010, p. 746) que, “a compreensão limitada de Weber sobre estética e sua atitude desdenhosa com relação a ela, além de sua preferência por conteúdo em detrimento da forma” ainda molda as bases do trabalho acadêmico sobre religião. Estudiosos da religião material não querem ignorar a fé, mas sim descentralizá-la no estudo científico da religião. Por mais que a fé seja parte da religião — como “uma expectativa de como o mundo funciona” (Meyer et al., 2010, p. 209) — objetos, altares, práticas, roupas, sensações, corpos, lugares e rituais também são partes integrante dela. Consequentemente, estes estudiosos buscam compreender como essas assemblagens de sujeitos e objetos coexistem, se coconstituem e são sensíveis a regimes de poder.

Esse livro segue esta mesma linha da pesquisa. Mais especificamente, baseia-se nos conceitos interligados de estilo e formas sensoriais de Meyer. Segundo ela (2009, p. 10–11):

O estilo está no centro da estética religiosa justamente porque a escolha de um estilo compartilhado é fundamental para os processos de subjetivação, isto é, o estilo envolve técnicas específicas do sujeito e do corpo que moldam... pessoas em uma formação sociorreligiosa. Operando como um marcador de distinção..., o estilo é central para a formação de comunidades religiosas, entre outros tipos de comunidade.

Com o tempo, estilos de estética compartilhados — como uma forma de se conectar com o outro e com o transcendental — são ratificados como verdadeiros e se tornam fixos. Eles realizam *boundary-work*, isto é, reforçam fronteiras, distinguindo pessoas pertencentes à comunidade (pois estão a par do estilo, linguagem, práticas, artefatos e cosmovisão) das que não pertencem. Para convencer os sujeitos da validade do estilo, eles apelam para o emocional desses sujeitos e para os sentidos do corpo. Meyer chama esses repertórios religiosos de “formas sensoriais”. Conforme a autora (2009, p. 14):

[Formas sensoriais] são modos autorizados e relativamente consistentes de invocar e acessar o transcendental, criando e sustentando conexões entre os fiéis, no contexto de estruturas específicas de poder religioso. Formas sensoriais moldam tanto o contexto religioso (crenças, doutrinas, símbolos) quanto suas normas. Essas formas são transmitidas e compartilhadas; elas envolvem os praticantes da religião em práticas de adoração e têm um papel central em sua modulação como sujeitos religiosos e morais.

Formas sensoriais novas ou não autorizadas, como o cristianismo descolado, são contestadas e têm que ser negociadas com estilos de estéticas religiosas já estabelecidas. Como veremos neste livro, Meyer (2011, p. 33–34) também aponta que negociações a respeito de novas formas sensoriais são centrais para a transformação religiosa, e que novas mídias não estão simplesmente disponíveis como tecnologias neutras, mas expõem uma visão específica de mundo. Isso diz respeito ao cristianismo descolado. Ao invés de ser apenas uma forma contemporânea de apresentar uma mensagem antiga, como argumentam os pastores da Hillsong, essa nova forma sensorial traz consigo diferentes normas, ideias de moralidade, imagens e maneiras de se identificar com o cristianismo.

Além disso, “um estilo religioso compartilhado — materializado, por exemplo, por meio de uma oração coletiva, um corpus compartilhado de

músicas, imagens e aparência, símbolos e rituais, mas também de estilos de roupa e cultura material — faz as pessoas se sentirem em casa” (Meyer e Verrips, 2008, p. 28). Isso é de grande importância para a discussão deste livro, ou seja, de que o cristianismo descolado da Hillsong não apenas molda o sujeito e os anseios dos jovens de classe média brasileiros, mas também os auxilia a encontrar um lar no Norte Global.

Cultura do consumo, grifes, estilo e identidade

Como podemos entender o apelo desse cristianismo para os jovens? Na introdução do livro *Religion and Consumer Society: Brands, Consumers and Marketing* [traduzido livremente como “Religião e Sociedade do Consumo: Grifes, Consumo e Marketing”], Gauthier et al. (2013) investigam como o consumo e a hipermediatização⁴ da cultura se tornaram marcas registradas das sociedades atuais e como isso impulsiona a globalização. Seguindo também os pensamentos de Bauman (2008), Gauthier et al. apontam que na cultura do consumo, o mercado não apenas organiza as relações sociais, mas também as permeia de tal forma que os valores dominantes da sociedade derivam dele. Nessa cultura do consumo, o sujeito (tal como outras áreas da vida social como relações sociais, valores e normas) vai cada vez mais se tornando uma mercadoria (*commodity*) — ele precisa trabalhar seu estilo, tornar-se uma marca, além de ser promovido no “mercado da vida” (Gauthier et al., 2013, p. 3). Conforme os indivíduos se tornam mercadorias, eles conectam suas escolhas de consumo — seu estilo pré-selecionado — à sua identidade. Mais do que meios de satisfazer necessidades básicas,

4 Sigo a definição (Hjarvard, 2008, p. 113) de mediatização da sociedade como “o processo pelo qual a sociedade é cada vez mais submetida ou se torna dependente das mídias e das suas lógicas. Esse processo é caracterizado por uma dualidade na qual as mídias se integram nas operações de outras instituições sociais, enquanto elas próprias obtêm o status de instituição social. Consequentemente, as interações sociais – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade como um todo – acontecem por meio de mídia.”

as mercadorias de consumo “são marcadores de relações sociais e têm significados socialmente construídos. Produtos são uma parte visível da cultura, e é através da sua troca que a vida social existe” (Gauthier et al., 2013, p. 11). Em outras palavras, o consumo está enredado em práticas e relações sociais. O que alguém consome não apenas revela sua identidade, estilo de vida e valores, mas também estabelece conexões com seus pares e com a sociedade (agora global). Sendo assim, o mercado é profundamente social.

No livro *The Conquest of Cool* [ou, “A Conquista do Descolado”], Frank (1997) demonstrou o processo histórico de como o cool tornou-se parte da cultura popular. Ele argumenta que os novos publicitários da Madison Ave, em Nova Iorque, se apropriaram da ideia de “descolado”, derivada de movimentos contraculturais de jovens e a associaram ao consumismo nos anos 1960. Dessa forma, a indústria do marketing tornou “descolado” algo atraente para a sociedade como um todo. Assim, consumir o que é “descolado” virou uma maneira de criar uma identidade, uma forma de liberdade pessoal e não conformismo, um processo tanto de formação de grupo quanto de distinção de pessoas que não são “descoladas”. Segundo ele (1997, p. 26), “O que aconteceu nos anos 60 é que a ideia de descolado virou uma peça-chave de como o capitalismo passou a se compreender e apresentar ao público.” Escrevendo sobre o “descolado” e a política no Reino Unido, Pountain e Robins (2000, p. 12) apontam:

Longe de ser a postura de uma pequena minoria revoltada com a vida ‘quadrada’, até os anos 90 descolado tinha virado a atitude da maioria entre pessoas jovens (e, mais especificamente, entre os que queriam vender coisas para elas). Dada a completa perda de fé em alternativas políticas radicais, ser descolado passou a se tratar primariamente de consumo.

Especialistas nas culturas jovens vêm mostrando como o processo de consumo de um estilo é significativo para pessoas mais novas. Em seu trabalho seminal sobre estilo e subculturas jovens, Hebdige ([1979], 2002, p. 101) enxerga o estilo como um conjunto de “vestimenta, dança,

gírias ou linguagem, música etc.” que confere identidade a membros jovens de uma subcultura. Como seus colegas do Centro de Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade de Birmingham, Hebdige estava interessado em estudar como os jovens (do sexo masculino) da classe trabalhadora usam estilo para construir e transformar subculturas espetaculares em “comunicação intencional”, de modo a resistir à opressão estrutural da sociedade e lidar com ela. Hebdige ([1979], 2002, p. 101) aponta:

A comunicação intencional... [é] — uma construção visível, uma escolha muito deliberada. Ela chama atenção para si mesma; deixa-se ser lida. Isso é o que diferencia conjuntos visuais de subculturas espetaculares daqueles favorecidos pela cultura da sociedade(s) em seu entorno. Eles são obviamente fabricados.

Em contrapartida, o cristianismo descolado da classe-média se dá pelo processo oposto. Essa é uma cultura minoritária se empenhando para se tornar o convencional. Ao invés de resistir sendo espetacular, o cristianismo descolado trata de pertencer à sociedade, e assim se tornar invisível para os jovens seculares, para poder se relacionar com eles. Seu estilo estético religioso é, portanto, sobre invisibilidade, a não ser por alguns poucos itens no conjunto que são claramente identificados como cristãos — sejam letras de música, tatuagens, roupas de marca da igreja e acessórios com algum slogan — de modo a declarar sua identidade ou começar uma conversa sobre cristianismo com outras pessoas não cristãs. Como Sandler (2006, p. 86) revela, trata-se de gerar identificação. Segundo ela (2006, p. 6, *minha ênfase*):

Esse movimento evangélico não é apenas uma questão de princípio, mas de *estilo de vida*. Jovens evangélicos se parecem tanto com qualquer outro jovem que, fora as tatuagens de cunho religioso, a diferença entre eles e os que não são salvos é invisível.

Recentemente, pesquisadores de estudos da juventude e de transição para a vida adulta demonstraram que o consumo oferece aos jovens o

material bruto para negociar significados e fantasias de uma vida que pode ser “diferente” (Willis, 1990; Allen et al., 2016; Hodkinson, 2016). Enquanto a maior parte das pessoas escolhe roupas, acessórios e outras formas de adornar o corpo para montar seu estilo, para os jovens tal estilo “oferece um meio... de explorar e representar a identidade em um período de vida transitório e instável” (Hodkinson, 2016).

Além de criar um estilo, marcas e grifes têm um papel importante na construção do *self*. Gauthier et al. (2013, p. 12) usam o conceito de Marcel Mauss de “fato social total” para afirmar que grifes “ressoam através do social”. Apontam que (2013, p. 13):

Como indicadoras de estilo de vida (um certo padrão de valores, estéticas, ética, ideais, e assim por diante), grifes são símbolos prontamente reconhecíveis em torno dos quais relações sociais e comunidades se amalgamam. Um aspecto importante desse tipo de produção de identidade é que ela precisa ser expressa para ser atestada e reconhecida por outros, o que a grife permite.

Além do mais, as marcas não são apenas os produtos, elas criam uma associação íntima entre produtos e sentimentos, sensações, experiências, imaginação, anseios e relações sociais. A partir desse ponto de vista, os produtos dependem das marcas, não o contrário. Marcas religiosas têm o trabalho extra de “invocar e organizar o acesso ao transcendental” (Meyer, 2009, p. 14). Sendo assim, podemos pensar em “marcas religiosas que produzem experiências” como formas sensoriais, assim como Wagner (2017, p. 263) sugeriu. Em seu estudo sobre a Hillsong de Londres, Wagner (2019) explora o papel do *branding* em como a megaigreja se conecta com sua congregação. Argumenta (2019, p. 4, minha ênfase) que a “Hillsong é uma *marca de estilo de vida* [*lifestyle branding*] que é inseparável dos valores econômicos, sociais e culturais que definem tanto a cultura do consumo quanto a cultura cristã evangélica”. Como uma marca, a igreja usa técnicas de marketing para se conectar com os consumidores por meio da emoção. Para Wagner (2019, p. 5 e 51), as diversas formas pelas quais a Hillsong se

conecta com seus seguidores (música, pastores e líderes de louvor que são celebridades, cultos, produtos, logos, livros, prédios, redes sociais etc.) constitui um “ecossistema de mídia de marca” que “agrega valor” para a experiência dos seguidores. Semelhante à observação de Meyer de que as formas sensacionais devem se tornar válidas para as comunidades religiosas, Wagner (2019, p. 92–93) aponta que, enquanto a megaigreja se envolve com grifes, marketing e com a cultura de celebridades, ela necessita buscar autenticidade em seu poder religioso:

A autenticidade dos líderes de louvor e dos compositores da Hillsong está no seu relacionamento pessoal com Deus. Suas músicas são tidas como expressões autênticas desse relacionamento, e porque os compositores também são membros da igreja, são compreendidos como um reflexo da igreja como um todo. A igreja, seus valores, suas músicas e seus musicistas são todos parte da *gestalt* da marca Hillsong.

Dois aspectos da análise de Wagner são bastante significativos para este livro. O primeiro é a abordagem da Hillsong como uma marca de estilo de vida que se envolve com todos os aspectos da vida das pessoas por meio de um “ecossistema de mídia de marca”. Nos capítulos seguintes veremos de perto como essas mídias — que se baseiam em uma forma sensacional mais ampla do cristianismo descolado — invocam o afeto dos jovens brasileiros, sua imaginação e o seu desejo por uma vida cosmopolita, uma vida em que eles sejam interpelados como sujeitos modernos e autônomos. Em segundo lugar, assim como Wagner, entendo que a Hillsong enfrentou um dilema no seu engajamento com as estratégias de marketing e consumo do mundo dos negócios, enquanto ainda se esforçava para manter uma autenticidade espiritual. Agora volto-me para mais um aspecto relacionado a como a Hillsong, como uma igreja descolada, borra as fronteiras entre o cristianismo e o mundo secular de entretenimento e espetáculo para atrair os jovens.

Cultura de Celebidades e Pastores Celebridade

Assim como outras megaigrejas, a Hillsong se envolve profundamente com a cultura de celebridades. Seus pastores e líderes de louvor ficaram famosos, tanto offline (por meio dos cultos, conferências globais, livros, viagens pelo mundo para pregar e tocar em filiais da Hillsong e outras igrejas, assim como shows em estádios) quanto on-line (por meio de cultos virtuais, redes sociais, o canal de TV Hillsong etc.). A cultura de celebridades engloba dois processos profundamente ligados com a midiaticização (tradicionalmente pela mídia de massa, mas mais recentemente por meio de internet, redes sociais e mídia interativa). O primeiro processo, a celebração (Boykoff e Goodman, 2009), está relacionado com as formas pelas quais a cultura de celebridades — em conjunto com a midiaticização, autorreflexividade, individualização, comoditização e consumismo — se tornou uma parte integral da modernidade tardia. O segundo processo, a celebrificação (Gamson, 1994; Turner, 2006), se refere à transformação de indivíduos em celebridades. Enquanto no século XX as indústrias do cinema e da televisão construía e controlavam suas estrelas, no século XXI as redes sociais permitem que pessoas comuns se tornem celebridades instantâneas por meio da autocomoditização — escolhendo a dedo o próprio estilo, criando seu branding e se autopromovendo. Isso fica claro na nova geração de “influencers” e “YouTubers” que se promovem e vendem a si mesmos.

A comoditização é central tanto no processo de celebração quanto no de celebrificação: “estrelas são manufaturadas pela indústria de celebridade e produzem outras *commodities* e ajudam a vendê-las” (Driessens, 2012, p. 643). Moseley (2005, p. 6) investiga como a moda, a cultura de celebridades e os consumidores estão enredados. Para ela, *commodities* endossadas pelas celebridades agem conectando as celebridades e os consumidores:

Por um lado, [a moda] distingue e define; a moda e a vestimenta, no que diz respeito aos famosos, podem se tornar um marcador

supremo de sua identidade — de fato, o que torna uma pessoa única. Elas podem torná-los especiais, inacessíveis e intocáveis. Ao mesmo tempo, todavia, o vestuário e a moda também são parte do tecido conectivo do social, permitindo que façamos julgamentos — até mesmo escolhas indumentárias — baseados na nossa habilidade de ler suas articulações em relação a esta identidade.

Em outras palavras, as celebridades são, ao mesmo tempo, comuns como nós, mas especiais e inacessíveis. Ao nos projetarmos nelas e consumindo o que elas consomem é que nos conectamos com elas e criamos nosso estilo e nossa identidade. É por isso que o vestuário ou o estilo de alguém da realeza inglesa ou de um ator em uma série da Netflix pode virar um sucesso.⁵ Sendo assim, como vimos anteriormente, a indústria da moda frequentemente anda lado a lado com celebridades (incluindo pastores celebridade), presenteando-as com seus produtos na expectativa de que, quando elas os usarem, suas vendas aumentem.

Esta tensão na qual as celebridades navegam entre serem comuns e extraordinárias aumentou com as estrelas adotando as redes sociais como forma de se promoverem e se conectarem com fãs. Valentinsson (2020, p. 5) nota que, justamente porque as celebridades postam fotos casuais (mesmo que muito bem escolhidas) do seu dia a dia, os fãs “têm um sentimento intensificado de proximidade e familiaridade com as estrelas e com sua ‘voz’ legítima e autêntica quando olham o feed do Instagram”. A autenticidade se associa com o ato de ser mundano. Nesta análise é bastante relevante o conceito da era digital de “*prosumption*” (uma junção de produção e consumo, na língua inglesa). Dawson (2013, p. 137–138) usa esse termo para se referir ao duplo processo de autocomoditização como forma de consumo na modernidade tardia. No processo de *prosumption*, “o valor da *commodity* é gerado e extraído ao mesmo tempo... maximizando o lucro” (2013,

5 O sucesso do estilo da década de 1920 de “Peaky Blinders” em 2019 é um exemplo disso. Ver <https://www.hellomagazine.com/fashion/news/2019091077523/primark-peaky-blinders-fashion-collection>.

p. 137). Para Dawson, esse processo pode ser ilustrado pelas maneiras que as pessoas juntam energia criativa produzindo e consumindo conteúdo de redes sociais como Facebook, Instagram e YouTube. É no colapso de dois processos que a nova cultura de celebridades emerge.

Este é o mesmo processo duplo pelo qual pastores de megaigrejas se tornam celebridades através do uso intenso de mídias sociais. A qualquer momento você pode encontrar as postagens dos pastores da Hillsong em todas as plataformas das redes. Além de algumas mensagens religiosas e de encorajamento, essas postagens mostram os pastores em atividades diárias: de férias, de roupa de banho na praia, na academia, passeando com a família, tomando um café em uma cafeteria local e descontraindo com celebridades e modelos. Os pastores da Hillsong são “*pastorpreneurs*” (Jackson, 2003; Twitchell, 2007; Klaver, 2021), um termo que funde as palavras pastor e empreendedor, em inglês. Tais pastores auxiliam as igrejas a crescerem por meio de “estratégias de empreendedorismo que combinam elementos da cultura do consumo e da cultura popular para preparar e distribuir sua mensagem” (Rakow, 2015, p. 216). Por exemplo, no livro *The Preacher’s Wife* [“A Esposa do Pastor”, em tradução livre], Bowler (2019, p. 184) mostra que as esposas celebridades de pastores de megaigrejas contratam “empresas especializadas em redes sociais para usar seu conteúdo (estudos bíblicos, livros e blogs) e criar uma série de postagens personalizadas de redes sociais (no Twitter, Instagram e Facebook) que permitem que a mulher pareça uma figura pública, mas sem exposição excessiva.”

A fama dos pastores ocorre juntamente com a transformação de membros da congregação em fãs. Johnson (2017, p. 174) mostra que “as marcas dos pastores celebridades dependem das pessoas nos bancos da igreja trabalhando em seus notebooks para fazê-los famosos”. Portanto, os fiéis não são meros fãs, mas “trabalhadores incorporados nas práticas de marketing que promovem [pastores celebridade]” (2017, p. 160). Eles se voluntariam na igreja; compram os livros dos pastores, as roupas e os acessórios da marca da igreja e a música das bandas de louvor nas lojas da megaigreja;

e espalham e consomem a mensagem dos pastores celebridade nas redes sociais. De fato, os membros jovens da congregação da Hillsong estão muito envolvidos no processo da celebrificação da igreja e de si mesmos por meio de *prosumption*. Como veremos no capítulo a seguir, jovens brasileiros se identificam com os membros do louvor da Hillsong e com os pastores da Hillsong como fãs e *groupies* (*stalkeando*-os na internet, adotando seus estilos de vestuário, criando fã-clubes on-line, traduzindo as letras do louvor, etc.). Eles também imitam o estilo dos pastores e usam a criatividade para se vestir ao ir à igreja, tornando a experiência divertida e desejável.

Dessa forma, eles se envolvem e contribuem com a comoditização e com o marketing da igreja e dos pastores. Sugiro que, para a juventude pentecostal de classe-média, a Teologia da Prosperidade dessas megaigrejas não esteja tão relacionada com a riqueza, mas com conhecer o mundo das celebridades e se sentir próximo delas, como veremos no próximo capítulo. Ao se inspirar em pastores e membros dos grupos de louvor que são celebridades, assim como em celebridades seculares que dão um aval a essas igrejas, pois são parte da congregação (por exemplo, até pouco tempo, Justin Bieber e Hailey Baldwin eram parte da Hillsong), jovens cristãos de classe-média criam seu próprio “estilo cristão descolado”. Ao mesmo tempo, usam esse entendimento da Teologia da Prosperidade (participando da cultura de celebridades do Norte Global) para menosprezar a Teologia da Prosperidade dos negros e dos pobres, que é bastante associada com o desejo por bens materiais (dinheiro, emprego, casa própria) e se diferenciar dela, como mostrarei mais adiante neste capítulo. Esta distinção pode, de certa forma, ser mapeada na diferenciação de Bowler (2013, p. 125-128) entre o Evangelho da Prosperidade “pesado” e “leve” nas megaigrejas norte-americanas. Segundo ela, a prosperidade pesada era popular na década de 1980; era abertamente transacional e oferecia conexão imediata entre fé e prosperidade, dando ênfase aos impactos negativos de não doar dinheiro. Emergindo uma década depois, megaigrejas da “prosperidade leve”, como a Hillsong, focam a prosperidade de uma forma mais sutil: “Ela era

terapêutica e cheia de emoção, uma forma de falar que dava ao pentecostalismo um tom mais meigo e secular” (Bowler, 2013, p. 125).⁶

O cristianismo descolado constrói uma relação forte afetiva entre a cultura de celebridades e a vida diária da igreja e isto pode levar ao abuso, como vimos, em especial, na sede de Nova Iorque e em outras filiais da Hillsong nos Estados Unidos, onde o capitalismo do consumo e a cultura de celebridades são muito mais avançados do que na Austrália e em outras partes do mundo. Lá, a adulação da megagreja em relação às celebridades seculares — que se sentavam em áreas VIP durante os cultos, dividiam um espaço exclusivo nos bastidores (o chamado ‘*green room*’) com o pastor titular Carl Lentz e sua comitiva, e jantavam e bebiam com os cartões de crédito corporativos de Lentz em restaurantes e bares famosos, onde paparazzi os fotografavam para revistas seculares — atraiu jovens para a megagreja (Hardaker, 2021; Hardy, 2022). Com o desejo de se aproximar dos pastores e servir na igreja, membros jovens da congregação se voluntariaram e serviram longas horas dentro e fora da igreja, como motoristas, babás e faxineiros dos pastores. Os excessos da cultura de celebridades e o abuso de voluntários, uniram-se com a falta de supervisão e responsabilização estruturais, comum em megagregas independentes que se fundam no carisma dos pastores (Billings, 2020; Rocha e McPhillips, 2019). No capítulo 4 veremos como brasileiros estudando no Hillsong College em Sydney pensavam que as longas horas de voluntariado eram razoáveis porque eles ganhavam conhecimento e habilidades valiosas para suas vidas futuras e ao retornarem às suas igrejas no Brasil. Por hora, volto-me para como esse estilo estético tem sido recebido por outros cristãos.

Contestando o Cristianismo Descolado

Como uma forma sensacional relativamente nova, o cristianismo descolado tem sido desafiado globalmente por cristãos e, por isso, se tornou

6 Para uma boa análise sobre como esses dois momentos do Evangelho da Prosperidade influenciaram o louvor, ver Bowler e Reagan (2014).

“hiper visível” (Meyer, 2011, p. 32). Pastores conservadores e até mesmo um pastor que se identifica como hipster, Brett McCracken, tem criticado esse cristianismo por ser teologicamente simplista e por privilegiar a forma em detrimento do conteúdo para atrair pessoas jovens.⁷ Em seu livro de 2010, *Hipster Christianity: When Church and Cool Collide* [“Cristianismo Hipster: Quando a Igreja e o Descolado Colidem”, em tradução livre], McCracken criticou a obsessão de líderes de igreja com ser descolado em detrimento do conteúdo. Ele observou (2010, p. 12):

O cristianismo hipster é de uma fé mais preocupada com sua imagem, apresentação e em ser atraente. Assume que o mero cristianismo não é suficiente ou tão importante quanto a aparência do cristianismo e como ele é percebido pelo mundo.

Pastores da Hillsong geralmente rebatem essa crítica afirmando que, enquanto a mensagem da Bíblia segue a mesma, eles utilizam novas mídias e se esforçam para usar tecnologia de ponta e “excelência” em todas as atividades que a igreja oferece, porque os jovens têm acesso a mídias, tecnologia de ponta e experiências de alta qualidade fora da igreja. No documentário da BBC *Hillsong Church: God Goes Viral* [“Igreja Hillsong: Deus Viraliza”]⁸, Brian Houston explica:

Geralmente, as igrejas são velhas, chatas, irrelevantes e vazias. Sempre pensei que a igreja deveria ser desfrutada, não tolerada, ser cheia de vida e espontaneidade. Deveria ser um lugar empolgante de se estar, e por isto ela estaria cheia de gente.

Um pastor brasileiro da Hillsong São Paulo se identificou com esse pensamento quando me disse:

7 Por exemplo, Rakow (2015, p. 16) aponta que a megaigreja Lakewood, no Texas, foi acusada de “‘cristianismo light’, por conta da ênfase na esperança, no empoderamento, na prosperidade e na inspiração, sem nunca mencionar o pecado, o sofrimento e a redenção”.

8 <https://www.bbc.co.uk/programmes/m000y2g7>

Sempre vamos mudar o método porque o mundo está mudando. As luzes, o telão... Se queremos alcançar pessoas jovens, não tem como usarmos um método que já existe há 20 anos. Elas vão pra festas e shows, que têm a melhor iluminação, a melhor tecnologia, e daí quando vão pra igreja, o que tem é um retroprojetor?

Ao dizer isto, ele segue a separação modernista e protestante de forma e conteúdo. Mas, claro, elas estão entrelaçadas. McCracken (2014) fez esse apontamento de uma perspectiva cristã tradicional: o “meio de [cristianismo] descolado não é apenas um veículo neutro para o evangelho, mas uma forma que muda e até mesmo subverte o evangelho”. Para ele, o meio e a mensagem estão intrinsecamente conectados. Sendo assim, ele aponta que o cristianismo descolado entra em conflito com o evangelho de diversas maneiras. O primeiro problema é a efemeridade do descolado — assim como a moda, o descolado precisa se transformar em outra coisa assim que ele se torna muito popular. Todavia, ele pergunta, “Como isso se encaixa com uma fé que não é efêmera, mas eterna? Como podemos simultaneamente abraçar uma visão sagrada do tempo e uma valorização da tradição, quando somos tão compelidos pelos contornos inconstantes do descolado e das modas descartáveis?”. O segundo problema é que “o descolado é necessariamente exclusivista; é relacionado a uma subcultura de nicho”. O autor questiona: “Como esse exclusivismo se encaixa com uma fé que é fundamentalmente inclusiva e aberta a todos?”. Por fim, equipara o “descolado” ao individualismo e o desejo por gostos únicos e pergunta: “Os valores cristãos de comunidade, coletividade e humildade podem ser promulgados de forma eficiente em uma comunidade onde o descolado é tido como uma moeda de troca?”. McCracken conclui que o que as pessoas buscam na igreja é autenticidade e uma alternativa para o mundo narcisista obcecado com aparências, não uma tendência confeccionada que se apoia em culturas seculares da juventude.

Outro ponto em que há conflito é a moralidade da preferência dos pastores por moda cara e grifes (como roupas de Yves Saint Laurent e

relógios Rolex), como vimos no início do capítulo. Destacando essa questão, Ben Kirby, um jovem cristão norte-americano, criou a conta no Instagram *Preachers 'n' Sneakers* [“Pastores e Tênis”, em tradução livre] em 2019. Inicialmente, contando com fotos das redes sociais de pastores celebridade ao lado de fotos dos sapatos que eles calçam, junto com a marca e o preço, a conta cresceu a ponto de incluir as escolhas de roupas de grife dos pastores e os preços também. Rapidamente ganhou mais de 300 mil seguidores, gerando comentários impetuosos tanto de cristãos quanto de ateus criticando os pastores celebridade por suas roupas caras. O autor também publicou um livro e produz um podcast que discute questões sobre consumismo, capitalismo e cultura de celebridades no cristianismo. Paradoxalmente, ambos McCracken e Kirby adotaram as mesmas estratégias de marketing da moda e do consumismo do cristianismo descolado. Enquanto McCracken vende livros, a conta de Kirby vende suas próprias mercadorias, incluindo moletons, bonés e camisetas com o logo da conta e frases cristãs. De qualquer maneira, um crescimento tão rápido e o nível de envolvimento emocional dos comentários mostram como formas sensacionais são centrais para comunidades religiosas, e como novas formas estéticas precisam ser negociadas antes de serem autorizadas. Como o criador da conta notou em uma entrevista para o BuzzFeed (Chen, 2019):

Eu sou cristão e comecei a me questionar, ‘O que é ok com relação à ótica... com relação a pastores usando grifes?’. É importante que os fiéis cristãos nos Estados Unidos tenham um espaço para conversar sobre o que é apropriado. O dinheiro que eu estou dando pra igreja vai para o salário [do pastor] ou vai ser gasto em tênis?

A postura de igrejas descoladas com relação à sexualidade também entrou em conflito com formas mais antigas e autorizadas de cristianismo. Essas igrejas de buscadores focam o amor e a inclusividade e adotam a cultura jovem secular para atrair não-cristãos para a congregação. Isso significa que muitas igrejas têm fiéis LGBTQIAPN+, e isso entra em colisão

com as igrejas pentecostais tradicionais. Em 2014, a Hillsong foi bastante criticada quando um pastor conservador expôs a sexualidade de um casal gay que liderava o coral da Hillsong Nova Iorque. Em sua resposta, tentando acalmar a situação, Brian Houston andou numa corda bamba ao afirmar que ele e a igreja não concordam com o “estilo de vida” LGBTQIAPN+, mas ao mesmo tempo, enfatizou que eles eram bem-vindos na igreja. Em uma entrevista ao *New York Times* (Merritt, 2014, minha ênfase), Houston afirmou:

Sobre este assunto, eu sempre sinto que têm três coisas. Tem o mundo em que a gente vive, tem o peso com que a gente vive, e tem a palavra pela qual a gente vive. O mundo em que a gente vive, quer gostemos ou não, está mudando ao nosso redor. O casamento homossexual é legalizado na cidade de Nova Iorque e provavelmente vai ser legalizado na maior parte dos países do Ocidente logo mais. *Então o mundo está mudando e nós que-remos seguir relevantes enquanto igreja.* Em seguida, o peso com que a gente vive é a realidade de que em igrejas como a nossa, e em praticamente qualquer outra igreja, há pessoas jovens que têm sérias dúvidas sobre sexualidade... que estão literalmente em depressão, talvez até com pensamentos suicidas e, infelizmente, acabam odiando a igreja porque sentem que ela os rejeitou. A palavra pela qual a gente vive é o que a Bíblia diz. E seria muito mais fácil se essas três coisas se alinhassem com facilidade. Mas isso não necessariamente acontece. Sentimos que nesse ponto, é uma conversa recorrente, os problemas na vida das pessoas são muito importantes para serem reduzidos a ‘sim’ ou ‘não’ em um veículo de mídia.

Aqui podemos ver como as negociações sobre novas formas sensacionais estão entrelaçadas com conteúdo e formas religiosas e são, portanto, centrais para a transformação religiosa. A visão de Houston para a igreja e para o cristianismo é a de que ela se envolve com o mundo para se manter relevante e atrair jovens, e isso inclui conversas sobre homossexualidade (e, mais recentemente, um grande apoio ao movimento “Vidas Negras

Importam”). Por um lado, essa visão se alinha com as formas sensacionais da Hillsong: seus cultos que parecem baladas, bandas de louvor que são celebridades, pastores e fiéis tatuados e com vestuário de grife, vendas de roupas e acessórios da marca da igreja, uso intenso das redes sociais e pregação diretamente conectada com a vida diária das pessoas. Por outro lado, na visão de McCracken e de outros pastores conservadores, a igreja autêntica deveria oferecer um refúgio, longe de um mundo que deu errado. Sua visão se alinha com suas próprias formas sensacionais — uma forte postura contra pessoas LGBTQIAPN+, menos ênfase na forma, e cultos em igrejas bastante iluminadas. Em ambas as posições, uma visão de mundo e o papel do cristianismo estão em jogo.

Da mesma forma, o cristianismo descolado colide com as formas sensacionais mais comuns do pentecostalismo brasileiro, que são associadas com pessoas pobres. Como veremos na parte seguinte, e final, deste capítulo, os brasileiros de classe média louvam o cristianismo descolado por ele ser racional, sofisticado, moderno e ético, enquanto rejeitam as formas sensacionais pentecostais brasileiras escolhidas pelos mais pobres.

Reteté, Crentes e Distinção Social

Para brasileiros de classe média, são precisamente as formas sensacionais do cristianismo descolado — exclusivismo, foco na imagem e na qualidade de apresentação e regras mais leves com o que diz respeito à sexualidade e comportamento social — que são atraentes. Esse estilo estético se encaixa com as sensibilidades e aspirações dessa classe social e é mobilizado para a distinção social. Em *A Distinção* (1979), Bourdieu mostra que a identidade social é definida e mantida pela diferença, que, por sua vez, é visível no *habitus* das pessoas. Segundo ele, o *habitus* é o sistema de classificação (a estrutura estruturante) e o princípio por meio do qual julgamentos classificáveis objetivamente são feitos (a estrutura estruturada). Sendo assim, as classes sociais seriam definidas por seus *habitus*, ou seja, pelas disposições inconscientes internalizadas, bem como pela posição relacional em uma

estrutura de gostos. Em outras palavras, um grupo social seria identificável por ter gostos parecidos, derivados de um *habitus* específico situado nesse sistema de correlação e distinção. Além disso, esse sistema é eminentemente hierárquico para que os gostos das classes mais altas tenham prestígio, enquanto os gostos das classes mais baixas e privadas de alguns direitos são vistos como vulgares. Porque o gosto não tem valor intrínseco, as classes dominantes que têm capital econômico e/ou cultural tornam o próprio gosto raro e inacessível (de forma econômica ou cultural), para que possam imbuir prestígio às suas preferências. Por outro lado, os gostos das frações mais pobres da sociedade são vistos como comuns e relacionados com a vulgaridade, por serem acessíveis. Isso implica um esforço constante das classes mais altas para manter distância social, sempre criando gostos novos e mais raros e impondo uma escassez artificial dos produtos consumidos por ela.

Como mencionei na introdução, o pentecostalismo é, historicamente, uma religião dos pobres no Brasil. Em uma análise do pentecostalismo na América Latina, Berenice Martin (2006) foca em como os intelectuais que estudam o movimento avaliaram suas expressões estéticas como de “mau gosto”. Assim como Bourdieu, Martin (2006, p. 146-147) nos lembra que o julgamento de gostos está relacionado com status e poder. Para ela, são as práticas incorporadas e dramáticas do pentecostalismo latino-americano (posseção/exorcismo, glossolalia, curas, profecias, testemunhos, música e dança), o controle sobre os corpos e a sexualidade das mulheres (por meio de vestuário modesto e códigos de conduta rigorosos), junto com as estéticas “pobres” dos fiéis (suas roupas, decoração de casa e da igreja baratas) que atraem o “desdém da elite”. Como consequência, Martin (2006, p. 152) aponta que:

Os pentecostais das classes médias que são profissionais, alguns deles protestantes de segunda ou terceira geração com educação superior, estão perfeitamente cientes das conotações de classe do código de vestuário pentecostal e tentam modificá-lo, senão abandoná-lo por completo.

Köhrsen (2016) encontrou a mesma situação em estudo sobre o pentecostalismo de classe média na Argentina. Segundo ele, esse setor da sociedade tinha muita vergonha das práticas extáticas e da estética pobre dos pentecostais. Ele observou que (2016, p. 2):

Eles estão divididos entre a palavra do pentecostalismo e o mundo da classe média instruída ‘europeia’. Para diminuir essa tensão, os pentecostais de classe média tendem a adotar gostos e estilos de pentecostalismo que demarcam uma fronteira clara entre eles e as características ‘inadequadas’ do pentecostalismo.

Semelhante ao discurso da classe média argentina (Köhrsen, 2016, p. 37), os brasileiros de classe média se veem como brancos, ocidentais, instruídos e racionais, em oposição aos pobres, que eles veem como negros, atrasados, ignorantes e supersticiosos (O’Dougherty, 2002). Portanto, os brasileiros de classe média louvam o estilo da Hillsong e criticam as estéticas das igrejas brasileiras por conta da sua associação com os pobres — o foco no dinheiro, os valores conservadores, a estética pobre e a falta de racionalidade e de controle corporal. Além do mais, eles fazem isso por meio de uma crítica moral que funde racismo e classicismo.

Veja, por exemplo, Juliana, uma brasileira de 22 anos que estudou no Hillsong College — o seminário da megaigreja — em Sydney por dois anos. Quando a entrevistei na praça de alimentação de um shopping, notei seu cabelo comprido e liso, com luzes, um pingente de ouro no pescoço, uma mochila de grife e roupa esportiva da moda. Tudo isso confirmava que tinha crescido em uma família financeiramente confortável. Não me surpreendi quando ela disse que o pai era advogado e a mãe fisioterapeuta. Juliana cresceu na igreja e foi para a Austrália logo depois de terminar o ensino médio no Brasil. Durante nossa conversa, ela constantemente apontava a diferença entre o estilo da Hillsong e o das igrejas brasileiras. Alinhou-se com o primeiro, enquanto denegriu o segundo. Ela me contou que, além da teologia, aprendeu na escola da Hillsong a ser “mais cristã e menos evangélica”. Ela explicou que, na verdade, achava que os brasileiros

não são “cristãos de verdade”. Explicou que as igrejas brasileiras são mais “focadas no julgamento do que na graça, no diabo do que em Jesus, no retetê do que na Palavra de Deus”. Esses polos (de inferioridade/superioridade) demonstraram como, para Juliana (e muitos outros), esses diferentes estilos estão, na verdade, relacionados com distinção de raça e classe.

O último polo revela bastante isso. Retetê é uma onomatopeia brasileira comumente utilizada no meio pentecostal, que se refere a rituais extáticos que ocorrem entre fiéis pobres e, majoritariamente, pretos, de pequenas igrejas das periferias brasileiras. Esses rituais são caracterizados por práticas corporais viscerais — conforme os fiéis são tocados pelo Espírito Santo, eles gritam, pulam, rodam, correm em círculos, desmaiam e caem (Guerreiro, 2018). É um termo controverso mobilizado pelas igrejas protestantes e pentecostais de classe média para propósitos relacionados a *boundary-work*, ou o trabalho de criar fronteiras entre grupos (Gonçalves Pereira, 2019). As igrejas que praticam rituais de retetê são acusadas de não serem verdadeiras em sua fé e, portanto, ilegítimas, em oposição às igrejas que são racionais e teologicamente bem-informadas. De fato, quando perguntei o que ela queria dizer com “retetê”, Juliana riu e imediatamente se levantou, abriu os braços e rodou, imitando um avião. Disse que retetê é “todo tipo de maluquice”. Acrescentou que não era “o estilo dela” e que “na Hillsong eles falam em línguas, mas nunca se descontrolam”. Köhrsen (2016, p. 226) concluiu que os argentinos de classe média também rejeitam expressões emocionais muito fortes e que as igrejas de classe média levaram práticas extáticas como a glossolalia para a esfera privada, uma estratégia parecida com a da Hillsong, onde a glossolalia nunca aparece no palco. Além disso, ela sobrepôs preconceitos de classe e raça quando concluiu:

Sou cristã e sou racista com crente. É engraçado, meus amigos da igreja, na nossa equipe criativa, cara, todo mundo é racista. A gente fica dizendo o jargão ‘ardendo por Jesus’. Todo mundo zoa crente. Não aguento eles! É um saco que você nunca vai conhecer um crente descolado. É muito raro. Como os crentes são muito religiosos, muito malucos, eles sempre começam: ‘Aaaah, o diabo’.

Mesmo que “crente” signifique, literalmente, “pessoa que crê”, o termo tem sido usado historicamente pelas classes média e alta de forma pejorativa para caracterizar pentecostais como pobres e ignorantes. O ódio visceral de Juliana por crentes, usando a palavra “racista” para expressar nojo, a zombaria dela (e de seus amigos), e o lamento de que crentes descolados são raros mostram que a distinção de classe por meio do estilo religioso não é apenas uma escolha racional, mas é incorporada através do afeto. Fiquei chocada quando ela se descreveu como racista com crentes, mas depois lembrei-me que essa atitude não é tão incomum entre a elite brasileira. Em um país com histórico de escravidão, classicismo e racismo, há uma violência generalizada contra os pretos e os pobres (e essas categorias geralmente se sobrepõem)⁹.

Por exemplo, o antropólogo Jairo Alves (2018) deu um relato mordaz do genocídio cometido pelo Estado brasileiro contra os pobres e pretos segregados nas favelas da periferia de São Paulo¹⁰. Para ele (2018, p. 3), a sociedade civil brasileira é “uma comunidade política que replica a estrutura colonial de poder, mesmo que inclua grupos pretos e indígenas. Ainda que não seja homogeneamente branca, a sociedade civil é antinegra”. O pesquisador argumenta que isso também está presente na classe operária do país. Vemos isso na maneira como os pastores pentecostais das igrejas nas favelas se associam com traficantes de drogas evangélicos para

9 Por exemplo, uma pesquisa conduzida pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2022) apontou que os casos de racismo subiram em 31% entre 2018 e 2021. Uma das hipóteses é a de que há mais debate público sobre o racismo no Brasil e, portanto, os que sofrem com isso estão mais cientes dos seus direitos. Além disso, um estudo (Cerqueira et al., 2021, p. 49) realizado pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) sobre o governo brasileiro apontou o seguinte: em 2019, as pessoas pretas (pessoas pretas e pardas, segundo a classificação do IBGE) representaram 77% das vítimas de homicídio, com uma taxa de homicídio de 29,2 a cada 100.000 habitantes. Em comparação, entre pessoas que não são negras (asiáticas, brancas e indígenas), a taxa era de 11,2 a cada 100.000, o que significa que a chance de uma pessoa negra ser assassinada é 2,6 vezes maior do que a de uma pessoa que não é negra. Ou seja, no último ano, a taxa de violência letal contra pessoas negras foi 162% maior do que entre outras pessoas.

10 Agradeço ao parecerista anônimo que me apresentou o livro excelente de Jairo Alves.

expulsar comunidades religiosas afro-brasileiras da área (Boaz, 2020; da Silva, 2016; Pinezi e Chesnut, 2019). O antropólogo Vagner Gonçalves da Silva (2016, p. 489) argumenta que isso ocorre por conta da “competição por seguidores do mesmo grupo socioeconômico e por causa da mensagem neopentecostal a respeito da ‘batalha espiritual’”. Assim como outros (Boaz, 2020; Hofbauer, 2016; Pinezi e Chesnut, 2019), eu também acredito que essa violência é uma continuação da discriminação histórica contra afro-brasileiros e suas religiões pelo Estado brasileiro e pela igreja católica, e do racismo que permeia a sociedade brasileira. Conforme Pinezi e Chesnut (2019) sugeriram, “é no reino das religiões afro-brasileiras que a intolerância e o racismo se tornam mais virulentos”.

Além disso, no livro *Racismo Estrutural*, Silvio Almeida (2019, p. 99), assim como muitos estudiosos do racismo, explica que “a lógica do racismo é inseparável da lógica da constituição da sociedade de classes no Brasil”. De fato, parecido com o que ouvi de Juliana e de outros, em sua pesquisa sobre a classe média brasileira de São Paulo, O’Dougherty (2002, p. 168) descobriu que “em parte, informantes construíram sua identidade de classe em demarcações negativas — o vulgar ‘deles’ contra o ‘nosso’ consumo culto e a ‘nossa’ busca educacional... Para alguns, o ‘outro’ mais diferente possível é o pobre de pele escura”. O’Dougherty (2002, p. 171) apontou, entre outras coisas, que eles frequentemente criticam e ridicularizam empregadas domésticas. Argumentou (2002, p. 16) que a classe é constituída pela linguagem informal, ou seja, discurso e práticas são fundamentais para a formação de identidade.

Argumento que essa formação de identidade também é constituída por afeto. No meu próprio trabalho, me deparei com o nojo (e às vezes, pena) da classe média em relação aos crentes, que, supostamente, praticam o tipo errado de cristianismo, que têm o corpo errado e as roupas erradas. Os crentes sujam o nome de “cristãos de verdade”. Irei me aprofundar na ideia de ridicularizar crentes de forma a colocar em prática a distinção social mais adiante. Aqui pretendo dar continuidade às formas pelas quais a Hillsong fornece um sentimento de pertencimento aos brasileiros

pentecostais de classes mais altas. Outro jovem brasileiro me contou que, na primeira vez em que foi a um show da Hillsong United, ficou positivamente surpreso:

Eu estava me conectando com as pessoas que *eram como eu*; eles se vestiam e falavam de um jeito diferente [dos pentecostais do Brasil]. Só gente bonita, gente magra, não é pastor gordo suando, não é uma mulher peluda cantando. Você pode ser crente e ser normal.

Assim como Juliana, que reclamou da falta de “crentes descolados”, esse rapaz estava claramente delimitando duas áreas — os crentes brasileiros comuns (gordos, suados, e peludos — em resumo, feios) e pessoas como ele (cristãs, mas belas, magras e “normais”). Sendo assim, ele colocou a estética dos pobres contra a da classe média, e normalizou esta última. Como muitos, um outro rapaz que assistiu shows da Hillsong United e depois algumas conferências em Sydney me disse que, uma vez que encontrou a Hillsong, abandonou sua igreja:

Quando vi a Hillsong, vi que eles são humanos no jeito de falar, não são escandalosos. Eu não ia ser aquele pentecostal que fica gritando, girando, expulsando o demônio, gritando no microfone. Não! A Hillsong me mostrou que [o pentecostalismo] pode ser sensato.

Essa afinidade entre as sensibilidades da classe média — foco na educação, na racionalidade e no controle do corpo e das emoções — e o estilo da Hillsong, apareceu com frequência nas entrevistas. Köhrsen também descobriu que a congregação e os pastores das igrejas de classe média da Argentina rejeitam emoções e expressões “‘descontroladas’, considerando-as inapropriadas” (2016, p. 219).

Podemos agora retornar à zombaria como forma de impor fronteiras (*boundary-work*). Em um domingo depois do culto da noite na Hillsong em Sydney, estava conversando com jovens brasileiros na área do

cafezinho, onde as pessoas geralmente se reúnem. Como nos conhecíamos relativamente bem por sermos do mesmo grupo, eles estavam bem descontraídos a ponto de fazer brincadeirinhas como forma de comunicação. O que me chamou atenção na conversa foi como estavam zombando do estilo pentecostal brasileiro e do seu foco no comportamento. Um rapaz cumprimentou uma mulher do grupo brincando, “E aí, minha irmã evangélica”. Ela respondeu, “E aí, meu irmão crente”. Todos riram e uma moça acrescentou, apontando para outra moça que estava na roda, “Olha, a Patrícia não é mais crente. Outro dia ela estava de minissaia!”. Patrícia riu, e uma terceira jovem disse, “Isso, e ela estava de batom vermelho!”. A primeira moça acrescentou, “E se ela cortou o cabelo ela não é mais crente”, se referindo ao fato de que algumas igrejas conservadoras do Brasil não permitem que as mulheres cortem o cabelo. Até esse momento todo mundo estava rindo muito e se divertindo, mas o clima começou a ficar mais sério. Uma das moças contou que a igreja dela era exatamente assim. “Tinha até um banco onde o pastor te mandava sentar se você fizesse algo errado! Era em uma parede de frente para os bancos da igreja e todo mundo podia te ver. Que vergonha!”. Outra confirmou, “Sim, ‘Vai pro banco!’, o pastor dizia!”. O primeiro rapaz contou que ele tinha sido meio rebelde, “Eu tinha um cabelão. Eu ia pra igreja com ele assim e usando havaianas! Era uma Assembleia de Deus e era um escândalo!” Todos riram ainda mais.

Em suas obras sobre o riso, o filósofo francês Henri Bergson (1911, p. 6-7) aponta que a risada é sempre social:

Não importa quão espontânea pareça, a risada sempre implica um tipo secreto de maçonaria, ou até cumplicidade, com outros que também riem, sejam eles reais ou imaginários. [...] Muitos efeitos cômicos não podem ser traduzidos de uma língua para outra porque se referem a costumes e ideias de um grupo social específico!

Assim como com Juliana e sua equipe criativa, a risada indica que todos desse grupo entenderam a piada. Para todos eles, o assunto da piada era

o estilo pentecostal do Brasil. Rindo disso, eles estavam afirmando que não são parte de tal estilo. Juliana e seus amigos compartilhavam a ideia de que as crenças, a linguagem, e as práticas corporais viscerais dos pentecostais pobres não são “normais” e, sendo assim, são uma piada — eles são excessivamente “religiosos”, irracionais (“malucos”), usam expressões repetitivas (e são, portanto, irracionais/automáticos) como “ardendo por Jesus”, e são obcecados com o diabo. Bergson afirma que o humor pode advir da falta de atenção de uma pessoa e de seu automatismo, um comportamento mecânico como andar distraidamente e acabar caindo em um buraco. Segundo ele (1911, p. 25):

Automatismo, inflexibilidade, hábitos que foram adquiridos e mantidos... nos fazem rir. Mas esse efeito ganha intensidade quando conseguimos conectar essas características com algumas causas bem enraizadas, com uma certa falta de atenção fundamental, como se a alma tivesse sido fascinada e hipnotizada pela materialidade de uma simples ação.

De modo semelhante, o grupo de brasileiros na área do cafezinho ridicularizou o jargão utilizado no pentecostalismo brasileiro e o foco dos pastores ilógico e, portanto, automático, no comportamento. Para Bergson (1911, p. 21), “Essa rigidez é o cômico, e a risada a corrige”. Portanto, o riso não diz respeito apenas ao afeto, mas ao efeito moral disciplinar que exerce. Um grupo que zomba de outro o faz de uma posição de poder. Claro, esses jovens têm pouco poder frente aos pastores das suas igrejas no Brasil por conta da sua idade, gênero e estado civil, como veremos no capítulo 6. Todavia, eles possuem, sim, poder simbólico derivado de classe social e prestígio ou capital cultural associado ao período em que moraram no Norte Global, onde aprenderam as formas sensacionais de uma igreja rica e de sucesso. De certa forma, é a falta de poder para mudar as formas sensacionais pentecostais brasileiras e a consciência do estigma associado com o pentecostalismo do Brasil que levam os jovens a se associar com membros seculares da sua classe social e ridicularizar brasileiros pentecostais.

Outras pessoas com quem conversei tentaram ser mais compreensivas com os pobres pentecostais. Mesmo assim, o fizeram de uma posição de superioridade moral e, portanto, de distinção social. Sentiam pena dos pobres, vítimas ignorantes de pastores gananciosos e manipuladores. Eles não têm escolha. Quando a conversa pendia para o assunto da igreja e do dinheiro, todos com quem conversei logo mencionavam a Igreja Universal do Reino de Deus, conhecida pela pressão que exerce sobre os fiéis para que realizem doações generosas.¹¹ Na Universal, o Evangelho da Prosperidade toma formas muito materiais. Os pastores afirmam que quanto mais uma pessoa doa para a igreja, mais ela recebe, pois Deus é obrigado a retribuir dez vezes mais — por meio de bênçãos como empregos, casas, carros, cura de vícios e doenças etc. O slogan da igreja, “pare de sofrer”, e os cultos onde os pastores usam objetos mágicos (óleos, flores, tecidos) e exorcizam espíritos afro-brasileiros também atraem os pobres (Almeida, 2009; Openshaw, 2018; Premawardhana, 2012; van de Kamp, 2016; van Wyk, 2014).

Um rapaz me disse: “A Universal se apoia na ignorância das pessoas... a gente sabe que aquilo é uma gangue. São uns ladrões! Mas tem gente com fé sincera lá. Não dá pra desqualificar as pessoas por causa da igreja”. Logo em seguida, ele criticou os seguidores da Universal, chamando-os de ignorantes e ingênuos: “Cara, você é mais otário que o pastor que roubou de você. Você ficou lá por cinco anos. Não leu a Bíblia. Gente que lê a Bíblia não fica nessas igrejas, não fica”. Para ele, se essas pessoas tivessem, de fato, se comprometido com Deus (lendo e interpretando a Bíblia), não teriam sido enganadas. Quando 29% da população brasileira entre 15 e 64 anos é

11 Pesquisas etnográficas mostraram que os seguidores da Universal têm agência ou autonomia. Por exemplo, em seu trabalho sobre a Universal entre migrantes cabo-verdianos em Boston, Premawardhana (2012, p. 85) aponta que, em vez de serem “vítimas de alienação e lavagem cerebral”, aqueles que são submetidos à pressão para contribuir com o dízimo (muitas vezes além de suas condições financeiras) encontraram um “sentido de empoderamento” no ato. Para ele, “suas expressões de devoção são estratégias ativas e criativas de autotransformação em resposta à precariedade do mundo e da vida do migrante.”

praticamente analfabeta e 8% é completamente analfabeta (Oliveira, 2021), uma afirmação dessas claramente implica um criticismo moral em relação aos pobres, que caminha para a distinção de classe. E mostra uma diferença entre os estilos das igrejas. Enquanto os pastores exercem autoridade sobre a igreja e sobre os fiéis em igrejas brasileiras, jovens do Brasil me contaram que são ensinados a interpretar a Bíblia e a pensar por si mesmos na Hillsong. De fato, os brasileiros de classe média admiram a abordagem neoliberal da Hillsong, que dá autonomia ao indivíduo. Em contrapartida, abominam a pressão que as igrejas brasileiras fazem para que os fiéis aca-tem as políticas inexplicáveis dos pastores em relação ao comportamento individual de cada um. Como veremos no decorrer deste livro, os pastores da Hillsong frequentemente refutam o legalismo e o julgamento. Por exemplo, enquanto eu assistia a um culto de domingo com outros brasileiros na sede de Sydney, o pastor reafirmou:

O legalismo, o julgamento, como devemos ser e nos comportar... A gente fica se culpando porque não somos perfeitos. Mas não precisamos ser perfeitos porque Jesus já morreu e nos salvou. Deus nos ama como somos. Ele é um Deus de amor, não de julgamento, de raiva. Então os Dez Mandamentos são a lei, é um Deus que nos ama, que nos aceita com nossas falhas. Jesus é um Deus que nos recebe de braços abertos. Nosso Deus acolhe os fracos, os viciados, as pessoas que fazem coisas ruins, porque Ele nos ama. Meus amigos que não são cristãos se preocupam e pedem desculpas quando falam palavrão ou bebem quando eu estou junto. Mas quem disse que eu não bebo? Que eu não xingo? Isso é legalismo, não a graça.

O foco na graça sempre era mencionado quando os brasileiros diferenciavam o estilo da Hillsong do estilo brasileiro. Alguns jovens tentaram explicar essas diferenças como reflexos da sociedade onde se originaram. Um rapaz que estudou por três anos no Hillsong College me contou:

Uma baita diferença de cultura, né? Eu sinto que na nossa cultura evangélica no Brasil, eles apresentam um Deus que provê o que

as pessoas precisam. Lá [na Hillsong] eles apresentam um Deus relacional... é um Deus que quer um relacionamento com você, mesmo com os seus problemas, mesmo com as dificuldades que você tem. Então aqui [no Brasil] é muito, 'Não se preocupa que Deus vai suprir suas necessidades. Se você está doente, Ele vai te curar. Se você precisa de dinheiro, Ele vai te abençoar'.

Em contrapartida ele admira a Hillsong:

O que mais me impressionou na mensagem é que eles são muito racionais. Se você assistir à pregação, vai ver que eles aplicam muitos ensinamentos. Mostram uns pontos do que a Bíblia está dizendo para você encontrar sua própria verdade. Então, sabe, não é [o pastor dizendo], 'isso tá certo, isso tá errado.' A Hillsong é uma igreja que não impõe nenhuma doutrina... eles te dão liberdade total.

Para ele, os pobres e suas igrejas se relacionam com Deus de um jeito pragmático por conta da sua condição social. Por serem desprovidos, eles precisam que Deus lhes dê coisas e que os pastores ditem o que é certo e o que é errado. Já a Hillsong vem de uma sociedade rica onde os fiéis têm educação formal e, portanto, Deus significa relacionamento e o pastor se relaciona com a congregação de forma racional, como um professor, não como um autocrata. Sendo assim, a Hillsong permite ao indivíduo a autorreflexão e autonomia. As pessoas aprendem e escolhem o que é melhor para elas. A postura de Brian Houston com relação às pessoas LGBTQIAPN+, mencionada anteriormente, ilustra muito bem esse posicionamento longe do julgamento e próximo da tolerância (dentro de certos limites).

Conclusão

Neste capítulo vimos como o cristianismo descolado é enredado no consumo capitalista, no *branding*, na comodificação, na cultura de celebridades e na construção do *self*. Escolhas de consumo são centrais para processos

de formação de identidade e de comunidade. Mais do que vender bens, as grifes almejam gerar uma conexão emocional com os consumidores — e, portanto, conseguir sua fidelidade. Para os jovens fazendo a transição para a vida adulta e, portanto, descobrindo o próprio estilo e a própria identidade, o apelo das grifes, da cultura de celebridades, de ser descolado, e da comunidade que querem para o seu futuro é bastante significativo.

Como um estilo estético compartilhado, o cristianismo descolado é materializado nas músicas da Hillsong, nos pastores celebridade, nas celebridades que lá congregam, nos objetos sagrados e rituais, e na atenção da mídia. Isso molda os sentidos das pessoas, seus corpos e identidades, e gera um sentimento de comunidade. Além disso, essas materialidades também funcionam como mediadoras da presença do Espírito Santo. O cristianismo descolado também pode levar ao abuso por conta dos laços entre a cultura de celebridades, o carisma e o relacionamento afetivo dos jovens com os pastores e a igreja na forma de fã-clubes. Ademais, por ser uma nova forma sensacional, o movimento deve ser negociado para que seja compreendido como um meio que oferece a experiência transcendental. Os pentecostais criticam o envolvimento do cristianismo descolado com a juventude, com a cultura de celebridades e com as grifes. A Hillsong, em especial, é criticada em círculos de convívio pentecostais por sua tolerância com indivíduos LGBTQIAPN+ em sua congregação.

Os brasileiros de classe média vêm de uma cultura pentecostal conservadora, cujo estilo é associado com as estéticas dos pobres e negros. Para eles, a forma sensacional da Hillsong legitima o pentecostalismo como moderno, sofisticado, cosmopolita e branco. Eles o adotam como uma forma de se distinguirem das formas sensacionais dos crentes pobres, geralmente pretos, e que não são descolados — a falta de controle corporal por meio de práticas de reteté, exorcismo e a pregação barulhenta; os corpos gordos, peludos e suados; a ignorância no que diz respeito aos pastores ardilosos. É por meio da língua, das práticas e do afeto que eles constituem a classe-média. Alguns mostram repulsa aos pentecostais pobres e pretos e suas igrejas. Outros têm uma atitude paternalista para com os pobres. Contudo,

fica claro que o cristianismo descolado está mobilizado para afirmar a superioridade moral e estabelecer a distinção social. No capítulo seguinte, veremos como esse movimento da Hillsong gerou uma comunidade de fãs brasileiros conectados por afeto. Portanto, a Hillsong e a Austrália se tornam “mapas de significância,” que os orientam a uma nova vida.

Fãs¹

Há um grande fascínio pela Hillsong no Brasil. Os fiéis idolatram a igreja, o louvor [bandas] e até mesmo alguns pastores e cantores. Essa idolatria leva muitos brasileiros a vender o carro, pegar dinheiro emprestado dos pais, tios ou avós para virem para cá se matricular no Hillsong College.

Strazzery (2011), ex-aluno brasileiro do Hillsong College.

Uma epifania. Eu voltei para o culto de domingo da Hillsong pouco depois de bastante tempo fazendo trabalho de campo no Brasil. “Bem Vinda à Casa” dizia a velha faixa na entrada. Quando eu entrei no saguão, logo me senti empolgada, grata e honrada por estar ali. Eu havia passado meu tempo no Brasil com estudantes que haviam voltado para casa e pastores que haviam ido a conferências da Hillsong em Sydney. As histórias das suas vidas em Sydney e suas experiências na Hillsong eram cheias de nostalgia e saudade. Enquanto conversávamos, suspirávamos e ríamos das pequenas coisas que eles sentiam falta na Austrália: a vida segura e divertida do lado da praia; a cultura de ir a cafés; o abacate passado nas torradas que eles começaram a fazer em casa, para o horror da família que comia abacate só como sobremesa. A nostalgia para eles era incorporada: “Na próxima vez que você voltar de lá, por favor me traga uns biscoitos Tim Tam,” pediu uma mulher que eu entrevistei. O seu marido suplicou: “Me traga algum sorvete Messina!” Eles também ansiavam voltar à Hillsong. Sentiam saudade do grupo de amigos da igreja, a forma como “tudo era feito com excelência”, a organização ampla e bem-sucedida e as oportunidades de trabalho

1 Capítulo traduzido para a língua portuguesa por Giane Luchi da Silva, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebecchi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

voluntário em que aprenderam tanto. Acima de tudo, eles sentiam saudade da atmosfera de entusiasmo e perfeição que afirmam ter encontrado na Hillsong e na Austrália. Em suma, eles ansiavam pelas formas sensacionais da Hillsong. Durante o meu trabalho de campo no Brasil, também conheci vários jovens brasileiros que nunca foram à Austrália, mas amavam a música da Hillsong e ouviam as histórias daqueles que voltavam de lá, o que os fazia querer viajar e ingressar na Hillsong. O brilho nos olhos de todas essas pessoas durante as nossas conversas revelou como a Hillsong criou um imaginário poderoso no Brasil.

Enquanto me sentia animada, grata e honrada de estar na Hillsong em Sydney, eu me surpreendia com essas emoções. Afinal, sempre fui um tanto ambivalente durante o meu trabalho de campo nos cultos da megaigreja. Para começar, a música alta e as luzes direcionadas às vezes à congregação acabavam me dando dor de cabeça. Eu também me incomodava quando pastores agiam como apresentadores de TV, mexendo com a audiência e fazendo perguntas óbvias, como, “Quem ama Jesus aqui?”. Mesmo assim, ali estava eu, com essa sensação de aconchego dentro da igreja. Enquanto eu pensava sobre os meus sentimentos, me admirei com a eficiência da Hillsong em gerar afeto. Através desse afeto, parecia que eu incorporava os desejos e idealizações dos participantes da minha pesquisa. Escrevi em minhas anotações: “É como se eu estivesse trazendo-os comigo. Eu incorporei seu entusiasmo e sua saudade desse lugar. Estou onde eles querem tanto estar.”

* * *

Neste capítulo, investigo como o estilo da Hillsong de cristianismo descolado chegou e se espalhou no Brasil através dos Estados Unidos e, desta forma, recebeu o mesmo prestígio associado com a cultura estadunidense. Estou interessada em como essa forma sensacional gerou uma comunidade de fãs conectados pelo afeto. Massumi (2002) diferencia afeto de emoção. Afeto é uma intensidade tanto corpórea quanto impessoal; emoção é como

reconhecemos essas experiências corpóreas quando o afeto desaparece. As emoções são o “conteúdo subjetivo, a fixação sociolinguística da qualidade de uma experiência que, a partir desse momento, é definida como pessoal.” Ainda que afeto produza exteriorização de emoção, o afeto não é completamente capturado por ela. Como argumentado por Mazzarella (2009, p. 291):

O afeto nos aponta para um terreno que é pré-subjetivo sem ser pré-social. Portanto, ele suscita uma forma de conceber a vida social que não começa com o sujeito delimitado e intencional, ao mesmo tempo em que coloca em primeiro plano a incorporação e a vida sensorial. O afeto não é inconsciente — ele é muito corpóreo para isso. Também não se alinha com qualquer concepção convencional de cultura, já que a grande diferença entre afeto e emoção é que ele não é mediado semioticamente.

A antropóloga Danilyn Rutherford (2016, p. 286-287) aponta que “o conceito de afeto direciona a nossa atenção a forças que movem as pessoas, forças que atraem, repelem e provocam.” Essa intensidade incorporada que leva as pessoas a agirem — principalmente a se tornarem fãs e querer viajar — é o que me interessa neste capítulo. Mas como afeto se conecta ao conceito de fã clube (ou *fandom*). Eu seu estudo intitulado “A sensibilidade afetiva do *fandom*”, Lawrence Grossberg (1992) define “sensibilidade” como uma forma específica de engajamento que conecta formas ou textos culturais a audiências. Ele propõe que, diferente da sensibilidade de consumidores, que produz estruturas de prazer, os fãs geram excesso de investimento afetivo nos meios culturais. Assim como Massumi e Mazzarella, Grossberg (1992, p. 56) entende o afeto como o “sentimento de vida”, mas sentimento aqui “não é uma experiência subjetiva. É um domínio socialmente construído de afetos culturais.” De acordo com ele, “afeto é que dá ‘cor’, ‘tom’ ou ‘textura’ para as nossas experiências.” Além disso, afeto produz mapas que organizam a conexão das pessoas com o mundo. Ao investir energia em lugares, eventos e textos culturais, as pessoas os tornam significativos, auxiliando suas construções de identidade. Portanto, Grossberg (1992, p. 57)

denomina esses mapas de afeto como “mapas de significância”. Ele (1992, p. 61) também aponta para a natureza circular de sensibilidade afetiva do *fandom*: uma vez que os fãs dedicam excesso de afeto a uma forma cultural, esta forma se torna importante para eles, fazendo-os dedicar mais afeto e consequentemente os diferenciando de quem não é fã, criando assim uma comunidade. Grossberg traz mais dois pontos importantes para esclarecer como e por que jovens brasileiros investem afeto nas formas sensacionais da Hillsong. Primeiro, o autor (1992, p. 59) observa que “fãs constituem ativamente lugares e formas de autoridade (tanto para si quanto para outros) através da mobilização e organização de investimentos afetivos.” Segundo, “fandom é, ao menos em tese, o espaço do otimismo, fortalecimento e paixão, condições essenciais para qualquer esforço de mudança das condições da vida de um indivíduo” (Grossberg, 1992, p. 65).

Wade e Hynes (2013, p. 174) demonstraram que a “Hillsong produz e mobiliza afeto para criar a experiência coletiva do espetáculo, essencial para a sua visibilidade.” Semelhante às minhas constatações, para eles, o afeto e o sucesso da igreja funcionam como uma ferramenta para recrutamento. Esses elementos produzem “subjetividades específicas, isto é, sujeitos que estão confortáveis e são simultaneamente entusiasmados e leais.” Como veremos neste capítulo, essa dinâmica afetiva começa muito antes desses sujeitos experienciarem os cultos-espetáculo da Hillsong. Jovens fãs brasileiros investem energia afetiva à medida que aprendem sobre a Hillsong e sobre a Austrália, cantam/tocam/ouvem as músicas da igreja e sonham em conhecer sua sede. Tamanho excesso de investimento funciona como um mapa de significância que estrutura suas vidas — esses jovens passam o tempo interagindo com artistas e pastores da Hillsong nas redes sociais, aprendem inglês, guardam dinheiro para a viagem e imaginam suas vidas em outro lugar e de outro modo, como discutido no capítulo anterior. À medida que fazem isso, eles criam uma comunidade afetiva com outros fãs, construindo fronteiras que os separam de outros jovens. Argumento que a Hillsong e a Austrália se tornam lugares e formas de autoridade — elas

exercem poder e oferecem esperança e otimismo como caminhos para os fãs mudarem de vida. Isso se dá porque conteúdo (Hillsong como forma cultural), formato (forma sensacional da Hillsong) e contexto (sua origem no Norte Global falante de inglês, um espaço de modernidade) estão profundamente interligados. Fãs brasileiros anseiam transformar as igrejas locais e seu país natal à imagem e semelhança da Hillsong e da Austrália. Para eles, isso é possível devido à suposta similaridade entre o Brasil e a Austrália. Assim como o Brasil, a Austrália já foi uma colônia e agora é um país multicultural com uma cultura de praia e estilo descontraído, também localizado no hemisfério Sul. Entretanto, por fazer parte do Norte Global, a Austrália é vista como segura, com tecnologia sofisticada e sem diferenças de classe gritantes, corrupção e pobreza, como mostrei em outros trabalhos (Rocha, 2019).

A seguir, eu mostro um contexto histórico para a chegada da música e da igreja Hillsong no Brasil. Depois, exploro a narrativa de uma fã brasileira da Hillsong, que ilustra como jovens brasileiros interligam o seu amor e entusiasmo pela Hillsong e pela Austrália. Por fim, discorro sobre as tensões que surgem quando a megaigreja investe em cultura de celebridades e fiéis se identificam com ela enquanto fãs.

O Pentecostalismo no Brasil

Assim como outros estudiosos do pentecostalismo que se empenharam em estabelecer uma taxonomia para o movimento (Anderson, 2010), Paul Freston (1995) divide o pentecostalismo brasileiro em três ondas. Freston (1995, p. 120) constata que “o conceito de ondas enfatiza não só a versatilidade do pentecostalismo, mas também como cada igreja carrega marcas da era em que foi fundada.” A primeira onda começou na década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã e da Assembleia de Deus via missionários europeus convertidos nos Estados Unidos. A segunda onda ocorreu durante a década de 1950 e no início de 1960 em São Paulo. Ela se inicia com a ação

de missionários estadunidenses da Igreja Quadrangular em 1951, que possuíam métodos “de empreendedorismo criados no berço da comunicação de massa, a Califórnia entreguerras” (Freston, 1995, p. 120). Muitas igrejas brasileiras têm sua fundação nesse período, mas as maiores, O Brasil para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962) usam de meios de comunicação de massa e cura divina para se expandir.

De acordo com Freston (1995, p. 129), a terceira onda começa no Rio de Janeiro, no final de 1970, e cresce consideravelmente em 1980. Naquele momento, dois terços da população brasileira viviam em centros urbanos, os meios de comunicação de massa alcançavam a maioria da população, o número de fiéis católicos diminuía e o país encarava uma crise econômica. Depois que a capital nacional passou a ser Brasília, no começo da década de 1960, o Rio de Janeiro tinha se tornado uma cidade violenta e pobre, controlada por políticas populistas e máfias do jogo. É nesse ambiente que surgem as igrejas neopentecostais, como a Igreja Universal do Reino de Deus (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus (1980). Seus pastores fundadores haviam feito parte da Nova Vida, igreja fundada em 1960 por um antigo missionário canadense da Assembleia de Deus. Esse fato comprova a influência de estrangeiros na origem de igrejas precursoras no Brasil, mesmo que elas tenham criado um estilo próprio de pentecostalismo que dialoga com o contexto sociocultural do país.

As igrejas neopentecostais são caracterizadas pelo foco na batalha espiritual e na Teologia da Prosperidade e substituem o ascetismo, legalismo e sectarismo pelo engajamento com este mundo. Estas igrejas adotam um modelo de negócios com fins lucrativos. Há um foco no empreendedorismo, no uso de meios de comunicação de massa para atrair mais fiéis e na expansão de atividades para influenciar a política. A poderosa megagreja Universal, por exemplo, é dona de um grande conglomerado de mídia (que inclui um canal de TV, uma editora, estações de rádio e jornais) e até mesmo um banco. Desde a década de 1990, a Universal fez com que diversos políticos fossem eleitos em instâncias federais, estaduais e municipais.

Ela é conhecida por seu foco no sacrifício, dízimo, doações, cura por meio de exorcismos e Teologia da Prosperidade. Tendo congregações majoritariamente urbanas e pobres, a Universal prega que os membros devem fazer grandes oferendas, assim Deus as retornará dez vezes mais na forma de bens materiais (empregos, casas, carros, uma vida melhor). Freston aponta que no capitalismo selvagem brasileiro, onde pessoas pobres veem a pobreza como uma privação e não um caminho para salvação, a adoção do neoliberalismo é um dos motivos para o sucesso da Universal. A igreja leva os fiéis a não aceitarem a pobreza como ação do destino e os estimula a se tornarem empreendedores (Freston, 1995, p. 129-132). A Universal é uma das maiores igrejas do Brasil e já se expandiu para diversas partes do mundo (Oro, 2014b; van de Kamp, 2016; van Wyk, 2014). Na Austrália, suas congregações recebem refugiados e migrantes pobres do Sudão e ilhas do Pacífico ao invés de brasileiros, já que estes, em sua maioria, são estudantes internacionais de classe média ou imigrantes qualificados (Rocha, 2006b; Openshaw, 2019, 2021). Ao longo de sua história, houve cisões dentro da Universal e parte de seus pastores fundaram outras igrejas usando as práticas bem-sucedidas que haviam aprendido na Universal.

As igrejas neopentecostais se tornaram tão influentes e bem-sucedidas no Brasil que algumas igrejas protestantes tradicionais adotaram a teologia pentecostal e, dependendo da inclinação dos pastores, também incentivaram o engajamento com este mundo e uma visão menos sectária, ascética e legalista em diferentes níveis. As igrejas protestantes “pentecostalizadas” são chamadas de renovadas no Brasil. Diversas igrejas batistas brasileiras se tornaram renovadas e algumas delas assumiram o estilo da Hillsong, frequentemente enviando seus pastores e congregados para conferências da megagreja australiana e para o Hillsong College, cenário que exploro no capítulo 5.

Como podemos ver, o movimento pentecostal no Brasil é heterogêneo, complexo e dinâmico. Ele cresceu consideravelmente nos últimos 40 anos, influenciando a sociedade e a política brasileira. Mais do que a

história do movimento, aqui me interesso por suas conexões com o pentecostalismo do Norte Global. Há amplo registro da influência cultural dos Estados Unidos no Brasil e ela inclui a cultura religiosa. De fato, “a crescente influência da inserção de tendências teológicas e instituições estadunidenses no pentecostalismo brasileiro” foi observada pelo sociólogo brasileiro Ricardo Mariano (2014, p. 41). Recentemente, Barreto e Chaves (2023) mostraram como essas históricas redes transnacionais evangélicas que conectam Estados Unidos e Brasil levaram aos ataques de 8 de janeiro de 2023 contra a posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, espelhando o ocorrido no Capitólio estadunidense dois anos antes. Eles argumentam que “um século de trocas transnacionais de expertise evangélica semeou teologias, imaginários sociais e estratégias compartilhados que ajudam a entender o impulso autoritário da extrema-direita nas políticas brasileira e estadunidense.”

As igrejas brasileiras ocasionalmente trazem pastores estadunidenses para ministrar cursos e pregar em cultos e conferências. Elas também convidam cantores cristãos e bandas gospel estadunidenses para tocarem nas congregações. As várias editoras pentecostais brasileiras traduziram livros de pastores e autores norte-americanos cristãos, como Kenneth Hagin (criador da Teologia da Prosperidade), Benny Hinn (fundador do Orlando Christian Center, que adota a Teologia da Prosperidade), Peter Wagner (teólogo e professor do Seminário Teológico Fuller) e, mais recentemente, Brian Houston (fundador da Hillsong). Por sua vez, os pastores brasileiros muitas vezes fazem formação em seminários estadunidenses (incluindo o Fuller), participam de conferências cristãs estadunidenses, seguem seus pastores estadunidenses favoritos nas redes sociais e fazem estágios em igrejas estadunidenses. Muitos dos pastores que entrevistei no Brasil e que estiveram nas conferências da Hillsong também participaram de grandes conferências estadunidenses, como a Summit (da igreja Willow Creek) e a Passion (Passion City Church), além de receberem materiais didáticos de grandes megaigrejas norte-americanos, como Saddle Back, Willow Creek, North Point, Passion e Bethel.

Semelhante às minhas descobertas, no livro *Boundless Faith*, Robert Wuthnow (2009) também observou que as igrejas estadunidenses ainda são influentes no Sul Global. Assim, ele critica o que tem sido chamado de “Paradigma do Cristianismo Global” (Jenkins, 2002), ou seja, a ideia de que o centro de gravidade do cristianismo se deslocou do Norte Global para o Sul devido a uma mudança demográfica e à suposta secularização do Norte. Wuthnow argumenta que, mesmo com um maior número de cristãos e com a proliferação de igrejas nativas no Sul Global, a assimetria de riqueza e recursos faz com que cristianismo estadunidense ainda seja influente no Sul. Ele observou que as igrejas ainda patrocinam missionários e arrecadam dinheiro para auxiliar na redução da pobreza e apoiar ajuda humanitária e que 25% dos congregados viajaram como missionários para o Sul Global por curtos períodos. Eu sugeriria que, além dos recursos e da riqueza, o fato de essas igrejas estarem localizadas nos Estados Unidos também aumenta sua influência no Sul Global, como mostro neste livro. Além disso, Wuthnow desconsidera que agora também haja fluxos poderosos de cristianismo do Sul Global para o Norte. As megaigrejas ricas — como a Igreja Universal do Reino de Deus do Brasil, a Embaixada de Cristo da Nigéria e a Igreja Cristã Redimida de Deus — estabeleceram várias filiais no Norte Global, embora atendam principalmente aos migrantes e não à população local branca (Freston, 2010; Openshaw, 2021). A pesquisa de Wuthnow também se baseou apenas nas igrejas estadunidenses e não explorou a sua influência no Sul. Como veremos neste capítulo, é por meio de um *habitus* (Bourdieu, 1984) de adoção de novas tendências na música e na liturgia da igreja vindas dos Estados Unidos, forjadas ao longo do século XX, que a Hillsong chega ao Brasil. O cristianismo estadunidense funcionou como uma porta de entrada para os brasileiros conhecerem a música e a igreja Hillsong, que só mais tarde foram identificadas como australianas. O que emergiu de meu estudo é uma rede complexa de fluxos que circulam entre os Estados Unidos, o Brasil e a Austrália.

A Música da Hillsong Aterrissa

A Hillsong chegou no Brasil primeiro como música. Isso é compreensível, já que a música é fundamental para o apelo e a expansão do pentecostalismo (Ingalls; Yong, 2015; Meyer, 2009, 2010a). A música é um meio afetivo e comunicativo, usado para os seguidores sentirem a presença de Deus e também para divulgar a palavra de Deus. Ela é fundamental para a marca e para o marketing da Hillsong (Wagner, 2019) e tornou a megagigreja conhecida mundialmente.

A explosão da música gospel no Brasil na década de 1990 abriu caminho para a chegada da música da Hillsong². Influenciadas pelo desenvolvimento dentro da cultura pentecostal dos Estados Unidos, começando com a igreja Renascer em Cristo, outras igrejas brasileiras passaram a focar na música e na cultura jovem no fim da década de 1980 e na década de 1990. De acordo com Cunha (2007, p. 49), enquanto as igrejas brasileiras independentes/ neopentecostais e as igrejas batistas renovadas mantiveram as práticas de cura divina e o engajamento com este mundo por meio de Teologia da Prosperidade, elas também investiram pesado em música e em meios de comunicação de massa para atrair a classe média e os jovens. Bandas novas adotaram ritmos e estilos seculares nacionais e internacionais (pop, rock, funk, punk, heavy metal, lambada, samba, forró, pagode).

Com o tempo, a música gospel se transformou no que Cunha (2007) denomina cultura gospel e Mariano (2014, p. 213) chama de indústria gospel. Embora essa cultura pentecostal ainda fosse conservadora, ela foi repaginada como moderna por meio da midiaticização, do entretenimento e do capitalismo de consumo — um fenômeno semelhante ao de outras partes do mundo, como vimos no capítulo 1. A música gospel transcendeu as igrejas pentecostais e entrou na cultura secular por meio da mídia. Programas populares de televisão e rádio começaram a apresentar cantores gospel

2 A chamada música gospel no Brasil não tem relação com a música gospel das igrejas afro-americanas.

brasileiros e bandas de louvor. Na esteira dos prêmios estadunidenses Grammy e Grammy Latino para a música cristã contemporânea, também foram criados prêmios locais. CDs e DVDs foram vendidos em livrarias seculares, supermercados e outros pontos de venda. Cunha (2007, p. 55) observa o aumento de gravadoras cristãs brasileiras, produtoras de TV e lojas de instrumentos musicais, partituras cristãs e CDs. Esse setor se expandiu para outros produtos, como roupas cristãs, produtos de beleza, brinquedos e livros vendidos em grandes supermercados e lojas. Com o crescimento do mercado pentecostal, as grandes gravadoras seculares também entraram na onda e começaram a contratar músicos gospel e a realizar grandes shows.

No final da década de 1990, o Brasil se tornou o maior mercado estrangeiro para a música cristã estadunidense, à medida que muitas bandas de igrejas traduziam as letras dessas músicas para o português (Mariano, 2014, p. 214). Uma das bandas cristãs estrangeiras com letras traduzidas foi a australiana Hillsong United³. Em uma entrevista, o único distribuidor brasileiro da Integrity Music (uma das maiores gravadoras de música gospel dos Estados Unidos) me disse que, quando apresentou a Hillsong United ao Brasil, a banda não era muito conhecida fora da Austrália. Ele ficou surpreso com o sucesso da banda no Brasil e explicou que esse sucesso foi “devido à influência da música americana [no Brasil]”. Quando perguntei como uma banda de louvor australiana poderia fazer sucesso por causa da influência estadunidense, ele explicou:

Porque [a Hillsong United] veio dos Estados Unidos. Não veio através da Austrália; veio através da distribuição da Integrity.

3 Bowler e Reagan (2014) apresentam uma excelente história do desenvolvimento da nova música cristã contemporânea em megaigrejas nos Estados Unidos — com seus shows de rock em grandes arenas, líderes de louvor famosos, bandas que fazem turnês pelo mundo, gravações ao vivo, músicas de sucesso, prêmios e sistema de direitos autorais. Eles mostram a influência da Hillsong e da líder de louvor, Darlene Zschech, nesse processo, bem como o papel da Integrity Music e de outras gravadoras cristãs na distribuição da música cristã (2014, p. 200–204).

Por isso levou algum tempo para as pessoas perceberem que era uma banda australiana. Naquela época, a Integrity distribuía a melhor música internacional: Ron Kenoly, Don Moen. Era música de louvor e adoração. Isso teve uma grande repercussão [no Brasil]. Tudo o que chegava ao Brasil pela Integrity Music as pessoas achavam que era música americana [porque] eles cantavam em inglês. Quando eu digo ‘influência da música americana’, vamos dizer a influência da Integrity Music.

Ele também me disse que o sucesso da Hillsong também se deveu ao fato de uma das músicas do primeiro CD que eles distribuíram no Brasil já ter versões em português. A música mundialmente famosa “Shout to the Lord” [“Aclame ao Senhor”, em português], composta e cantada por Darlene Zschech, havia sido gravada por duas megaigrejas batistas brasileiras cujos líderes/pastores de louvor tinham fortes laços com os Estados Unidos.⁴ Edson Rebustini, o pastor sênior da Igreja Batista Bíblica da Paz (São Paulo), viaja frequentemente para os Estados Unidos. Ana Paula Valadão, líder de louvor da banda Diante do Trono da Igreja Batista da Lagoinha (Belo Horizonte), estudou em um seminário estadunidense, mudou-se para os Estados Unidos em 2009 e hoje lidera a Before the Throne Church – By Lagoinha no sul da Flórida. Assim, quando o álbum da Hillsong chegou, os brasileiros já conheciam a música.

O distribuidor da Integrity Music argumentou que a Igreja Batista da Lagoinha e sua famosa banda de louvor Diante do Trono não seriam tão renomadas no Brasil se não fosse por suas primeiras gravações de músicas da Hillsong. Essa é uma afirmação polêmica, já que Diante do Trono agora é famosa em toda a América Latina e no sul da Europa, tendo feito turnês pelo mundo para audiências de milhões de fãs e vendido cerca de 15 milhões de cópias de álbuns até 2018. No entanto, Cunha (2007, p. 120–121)

4 Para uma boa análise da influência histórica da Convenção Batista do Sul dos Estados Unidos sobre a Convenção Batista Brasileira, resultando no estabelecimento de conexões transnacionais estreitas entre elas, e também com as igrejas batistas brasileiras nos Estados Unidos que atendem à diáspora brasileira, veja Chaves (2021).

também observou que a Diante do Trono se tornou conhecida após fazer uma parceria com a Hillsong para gravar “Shout to the Lord” em português nos anos 2000, popularizando o gênero de louvor e adoração, frequentemente associados a conferências, grandes shows e treinamentos no Brasil.

Da mesma forma, em sua tese de doutorado sobre Diante do Trono, Rosas (2015, p. 125) concorda com o argumento do distribuidor da Integrity Music. Ela defende que a parceria da banda com a Hillsong e com a igreja estadunidense Gateway foram estratégias de legitimação e prestígio para a banda no Brasil. Certamente, esse é o resultado não apenas do apelo da música da Hillsong, mas também da assimetria de poder entre o Norte e o Sul Global. Oro (2014) constatou a mesma lógica no desejo das igrejas pentecostais brasileiras de estabelecer filiais no Norte Global. Em vez de apenas enviar missionários para o Norte Global, da mesma forma como eles mandam para o Brasil, essas igrejas foram movidas por um desejo de fortalecer seu prestígio e legitimidade no próprio mercado religioso brasileiro, que é muito competitivo. Sobretudo, Rosas (2015, p. 125) observa a forte influência do estilo Hillsong na Diante do Trono (em termos de som e alto padrão de qualidade instrumental e vocal nos cultos e shows) e como a banda se tornou um catalisador para a formação de outras bandas no mesmo estilo em igrejas locais. Isso mostra a forma reticular como o estilo Hillsong se espalhou no país.

O sucesso do Hillsong United fez com que a Integrity Music distribuisse seus CDs para livrarias e supermercados cristãos e seculares e vendesse mais de meio milhão de cópias anualmente. À medida que mais jovens se tornaram fãs da banda, eles criaram uma comunidade de fã-clube no Orkut. Batizada de Eu Amo a Hillsong, ela reuniu mais de 50.000 jovens seguidores que se comportavam como fãs de bandas seculares: traduziam letras de música, trocavam fofocas sobre os músicos, compartilhavam suas biografias e organizavam encontros nos shows. A partir de 2006, a cantora celebridade da Hillsong, Darlene Zschech, e a Hillsong United começaram a fazer turnês no Brasil para se apresentar em grandes shows e na Marcha

para Jesus⁵, que acontece anualmente. Em consonância com minhas próprias descobertas, o distribuidor brasileiro da Integrity Music observou que a maioria dos fãs era de classe média e que a maior parte das vendas ocorria na região sudeste (nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais), região mais desenvolvida e rica do Brasil. Em relação a isso, ele me disse que:

Eles consumiam [música internacional] porque estavam mais próximos dos lançamentos. Eles também falavam mais de uma língua, tinham mais contato com a [cultura] internacional e nas estações de rádio e TV tocavam muita música internacional. Tanto que a Hillsong [United] se apresentava nos estados do sudeste do Brasil, não em outros lugares. Era gratificante ver eles cantando em inglês com a banda durante os shows.

É interessante observar que ele menciona o papel das traduções ilegais e da pirataria na disseminação das músicas da Hillsong United. Algumas igrejas e cantores brasileiros faziam as próprias traduções e não usavam as traduções oficiais em português, que previam taxas de direitos autorais. Alguns cantores simplesmente acrescentavam o próprio nome às traduções como se fossem seus autores. Ele observou: “as pessoas compravam a música pensando que era daquele cantor brasileiro ou daquele grupo, quando, na verdade, a música era da Hillsong!”. À medida que CDs foram desaparecendo e a música passou para o formato digital, muitos jovens baixavam as músicas antes de elas serem lançadas pela Integrity no país. Embora a pirataria tenha ajudado a disseminar a música da Hillsong, ela também causou transtornos na igreja. Um pastor e músico australiano que lecionou no Hillsong College me disse em uma entrevista que as traduções ilegais são um problema global para as grandes igrejas há muito tempo. Ele

5 A Marcha para Jesus é um evento evangélico global anual que começou com a City March em Londres em 1987. A maior marcha no Brasil acontece em São Paulo, com mais de 3 milhões de participantes. O evento termina com um show de louvor que dura a noite toda e conta com a participação de muitos artistas brasileiros e internacionais.

observou que, no Brasil, a Hillsong Publishing (departamento da igreja responsável pela música) teve que se reunir com uma megaigreja brasileira não identificada e dar-lhes um ultimato para que pagassem os direitos autorais das músicas da Hillsong United que haviam gravado. De qualquer forma, as traduções e downloads ilegais mostram o apelo imenso que a banda tem entre os cristãos brasileiros.

Se Tornando Um Fã

As crianças assistem Branca de Neve, Cinderela, e por isso o maior sonho delas é ir para a Disney. Para pessoas que amam a igreja, nosso maior sonho é ir para a Hillsong.
Pastor brasileiro que estudou no Hillsong College

Muitos jovens brasileiros na igreja e no Hillsong College assistiram aos shows da Hillsong United quando eram adolescentes, depois de terem ouvido fitas ou CDs da banda presenteados por familiares e amigos. Eles me falam da forte impressão que isso causou neles, o que, por sua vez, fez da viagem para a Austrália um sonho. Aqui eu compartilho a história da Paula em detalhes, porque exemplifica muito do que ouvi de jovens brasileiros. Entrevistei-a cinco anos depois de ela voltar da Hillsong de Sydney para São Paulo. O amor pela Hillsong e pela Austrália não diminuiu desde que voltou. Em alguns momentos na nossa entrevista, a saudade e a sensação de que Deus estava presente e a apoiou durante o tempo em que ficou sozinha na Austrália aos 19 anos deixavam seus olhos marejados. É assim que ela descreve como descobriu a Hillsong:

Uma coisa que me influenciou muito foi a Hillsong. Conheci a Hillsong quando tinha 10, 11 anos de idade. Minha prima veio para casa um dia com um CD que tinha copiado de um filho de pastor que ela conhecia... era o CD *Shout to the Lord*. Lembro disso até hoje. Nós ouvimos as músicas e foi uma experiência incrível para mim. Eu não entendia a letra em inglês, mas de algum jeito o louvor, a adoração, me fascinaram. Era como um chamado

do Espírito Santo... Depois daquilo, eu passei a escutar os CDs da Hillsong todo dia. E nós reconhecemos algumas das músicas que cantávamos em português na igreja, que nem sabíamos que eram traduções! Então a gente falou, “Uau, essa banda criou as músicas que cantamos [na igreja], então ela deve ser muito importante e nem sabíamos!”

Aqui podemos ver o papel do afeto como uma força que move e atrai Paula. Não importa que ela não entenda as letras, ela ainda fica “fascinada” pela música e pela “adoração”, porque sente a presença do Espírito Santo. A intensidade dessa sensação provocada naquele momento específico se torna uma “experiência incrível” tão vital que ela “se lembra dela até hoje”. Isso faz com que ela ouça as músicas várias vezes para ter a mesma experiência. Depois dessa ocasião, Paula e a prima pesquisaram sobre a Hillsong na internet e descobriram que ela era, na verdade, uma igreja da Austrália (não só uma banda) que “tinha influenciado igrejas no mundo todo. Até mesmo as bandas brasileiras famosas.” Paula então percebeu que a adoração da banda da Igreja Batista de Lagoinha, Diante do Trono, que estava em ascensão na época, havia lançado um CD chamado *Aclame ao Senhor* apenas com músicas da Hillsong em português. Paula começou a procurar CDs originais da Hillsong, mas era difícil consegui-los naquela época porque eram importados. Alguns meses depois, ela finalmente encontrou e comprou um DVD da Hillsong em uma loja especializada de música cristã. O DVD explicava a igreja, incluía pregações do Pastor Sênior Brian Houston e mostrava cenas dos cultos e eventos para jovens. Os pais de Paula eram pastores e ela começou a pensar que poderia transformar a igreja de sua família. Ela prosseguiu dizendo:

Eu vi que eram os jovens que compunham e gravavam os CDs. Comecei a ver isso como um sonho, o sonho de Deus, um sonho para nossa própria igreja. Passei a pensar que se essa congregação era a melhor do mundo, a igreja mais influente, eu gostaria de estudar lá porque queria dar o meu melhor para Deus e para a igreja.

A maioria das igrejas brasileiras é dirigida por pastores de meia-idade; portanto, o fato de os jovens terem poder de ação e até mesmo posições de poder na Hillsong fez com que Paula imaginasse um mundo que poderia ser diferente. Ela sentiu que poderia fazer parte dessa mudança com a bênção de Deus. O impacto que a Hillsong teve na vida de Paula foi tão grande que ela começou a estudar inglês aos 12 anos para poder viajar para a Austrália, estudar no Hillsong College e levar o que aprendesse para a sua igreja. É notável Paula ter associado seu amor pela Hillsong e pela Austrália usando a palavra “fã” para descrever seu relacionamento com ambas:

Eu tinha todos os CDs deles. E continuei pesquisando sobre a Austrália na internet. Eu tinha várias fotos, estudava a cultura [australiana], os costumes, as curiosidades, os animais exóticos... Estudei praticamente tudo sobre a Austrália, virei fã! [risos] Igual uma fã adolescente. Todo adolescente tem um cantor ídolo, né? O meu era a Hillsong [United]; eu era fã. Eu já sabia os nomes dos membros da banda pelo DVD, então minha prima e eu pesquisamos tudo sobre a Hillsong na internet. Na época, o Myspace que era a rede social [do momento], então a gente até entrava nos perfis deles [membros da banda United] no Myspace! Nós seguíamos os perfis deles on-line, descobrindo onde iam fazer shows, quantos anos tinham, a família deles; descobri que Joel [o líder da banda] era filho do pastor Brian!

Para Paula, e para tantos outros, a Austrália e a Hillsong se confundem como “lugares e formas de autoridade... através da mobilização e organização de investimentos afetivos”, como observou Grossberg (1992, p. 65). Quando a banda finalmente veio à São Paulo em 2006, ela foi ao show com sua prima: “Chegamos cedo, para ficarmos bem perto do palco. Igualzinho aos fãs que vão a um show para ver a banda que amam”. No ano seguinte, Darlene Zschech fez um show no Rio, e Paula e alguns amigos fizeram a viagem de ônibus de cinco horas até lá no dia do show e voltaram para casa na mesma noite. As redes sociais tiveram um papel importante em conectá-los com outros jovens brasileiros que também amavam a banda. Paula entrou para o fã-clube “I Love Hillsong” no Orkut. Ela lembra:

No Orkut tinha essa comunidade da Hillsong, que muitos brasileiros como eu, que tinham esse sonho, trocavam ideias [sobre a Hillsong e a Austrália]. Na verdade, depois dos shows, costumávamos organizar uma confraternização com outras pessoas da comunidade da Hillsong no Orkut. Assim, estávamos fazendo mais e mais amigos que também sonhavam em ir para a Austrália, que também amavam a Hillsong.

Podemos ver aqui como os mundos on-line e offline estão profundamente conectados. E embora em sua entrevista Paula tenha sobreposto a Austrália e a Hillsong como objetos dos seus sonhos e dos amigos, elas também eram o sonho de Deus para ela e para a igreja. Ela me disse: “Nos shows, tivemos experiências com Deus. Ele estava falando comigo sobre esse sonho através das músicas”. Para realizar esse sonho, ela começou a trabalhar aos 15 anos para economizar dinheiro para a viagem. Finalmente em 2009, aos 19 anos, ela foi para a Austrália. Como Grossberg (1992, p. 56) teorizou, o afeto imbuíu suas novas experiências de *fandom* com “cor, tom e textura”. Como fã, Paula investiu excesso de energia na Hillsong e na Austrália, fazendo com que ambas se tornassem “mapas de significância” que organizaram sua vida na adolescência. Elas lhe deram uma identidade como fã e ofereceram uma comunidade de jovens com os mesmos gostos, com quem compartilhava a paixão e o sonho de se juntar à Hillsong na Austrália. Essa paixão se fortaleceu porque não era apenas seu próprio sonho, mas também o sonho de Deus.

Todas as pessoas que entrevistei usaram a palavra “sonho” para explicar como imaginavam como seria viajar para a Austrália e entrar para a Hillsong. Além disso, eu sempre ouvia os jovens que estavam lá dizerem uns aos outros que estavam “vivendo um sonho”, como veremos no capítulo 4. Os sonhos tratam de aspiração. Trata-se de imaginar um futuro positivo. Também significam um futuro quase irreal que depende não apenas da vontade própria, mas também da sorte ou, nesse caso, de um milagre para se tornar realidade. Paula me disse: “Consegui ir para a Austrália e entrar para a Hillsong porque era o sonho de Deus [para mim]; foi um milagre de

Deus”. Esse entendimento de que Deus estava no controle da vida da pessoa e a inspirava a seguir uma direção diferente ou a agir de determinada maneira foi uma constante em minhas interações com esses jovens brasileiros, como veremos no próximo capítulo. Para Paula, a crença que esse era o sonho de Deus, deu a ela o entusiasmo e a confiança para investir energia e tempo consideráveis para mudar de vida — trabalhando, economizando dinheiro e aprendendo inglês. Oito anos após ter ouvido pela primeira vez o CD da Hillsong, ela viajou para a Austrália e ingressou na Hillsong. Lá, passou em uma seleção para participar do coral. Paula escolheu cantar no coral dos cultos de sábado e quarta-feira para poder participar dos cultos de domingo à noite, porque era quando a comunidade brasileira ia à igreja.

Infelizmente, assim como outras pessoas que viajaram para a Austrália para se filiar à Hillsong, ela não conseguiu mudar a sua igreja quando voltou. Ela me contou: “Não pude contribuir [para minha igreja] porque eles não deixaram. Conversei com eles [os pastores]. Escrevi uma carta onde compartilhei todas as coisas que aprendi na Hillsong e a entreguei aos pastores e líderes.” Ela explicou que a igreja tinha “uma cultura diferente” (o que chamo de forma sensacional) e, como mulher solteira, ela não podia ocupar uma posição de liderança. Paula agora está casada com o filho de um pastor e ajuda em uma nova igreja fundada pelo sogro.

Quando concluímos a entrevista e eu perguntei se sentia falta do tempo que passou na Hillsong, ela se emocionou novamente. Enquanto enxugava os olhos, disse: “Sinto muita falta. Era a minha igreja! Alguns domingos eu acordo querendo ir ao culto da Hillsong. Sinto falta da maneira como eles conduziam os cultos, da atmosfera, da adoração, de participar do coral e das conferências, que eram fantásticas. Tenho todas essas lembranças”. Como podemos ver, Paula ainda tem um forte laço afetivo com a Hillsong. Ela sente falta do estilo de culto, dos eventos e de cantar no coral. Para ela, a forma sensacional da Hillsong criou uma atmosfera própria que a conectou com Deus e com uma vida diferente. Só posso supor, mas talvez a narrativa no início deste capítulo das minhas próprias emoções — sentindo-me empolgada, honrada e grata — ao entrar em um culto da Hillsong

em Sydney depois do trabalho de campo no Brasil, ajude a descrever o relacionamento afetivo de Paula e de outros jovens brasileiros com a Hillsong e com a Austrália.

Construindo Lugares dos Sonhos

O caso dos fãs ocidentais das *boy bands* de música popular coreana (K-pop) pode nos ajudar a entender como a mídia digital estrutura a imaginação, os sonhos e o investimento afetivo dos brasileiros na Hillsong e na Austrália a ponto de torná-los mapas de significância. Ao comparar os dois tipos de *fandom*, estou ciente de que, ao contrário dos ídolos do K-pop, acredita-se que os pastores e líderes de adoração da Hillsong também são ungidos por Deus — eles falam e cantam inspirados pelo Espírito Santo. Seu apelo carismático tem, portanto, uma qualidade diferente da dos ídolos do K-pop. Ainda assim, o trabalho de Rebecca King-O’Riain sobre os fãs ocidentais de K-pop é útil dado que ela investiga como a “lealdade dos fãs de K-pop é provocada por meio das experiências de *fandom* on-line” e “como essas emoções são validadas como autenticadas” (2020, p. 2). Ela argumenta que as experiências de “vivacidade” dos fãs, produzidas pelo envolvimento on-line diário com os ídolos, permitem que eles se sintam emocionalmente próximos dos ídolos, criando lealdade. Os fãs de K-pop assistem às apresentações de suas bandas on-line, seguem os integrantes em aplicativos e redes sociais e publicam comentários on-line durante essas interações. Por sua vez, os ídolos coreanos publicam constantemente clipes e fotos de uma suposta vida cotidiana, que são, na verdade, altamente filtrados para produzir uma sensação de intimidade e fazer os fãs se sentirem conectados com eles. King-O’Riain (2020, p. 2) concluiu que a participação em comunidades de fãs on-line criava uma “autenticidade corroborada” que validava o investimento emocional dos fãs.

Da mesma forma, os pastores e músicos famosos da Hillsong publicam constantemente fotos e histórias de suas atividades mundanas em várias redes sociais, como vimos no capítulo anterior. Isso também transmite

uma sensação de intimidade e autenticidade aos fãs brasileiros, como vimos no caso da Paula. Na verdade, o engajamento incessante dos jovens brasileiros com os músicos da Hillsong nas mídias sociais se tornou um meme por um tempo. Um membro da equipe da Hillsong me disse que os músicos criaram a expressão “the come to Brazil effect” (o efeito “Venham para o Brasil!”) para explicar como, assim que algum deles postava algo nas mídias sociais, os fãs brasileiros escreviam nos comentários: “Por favor, venham para o Brasil!”, apesar de a banda fazer turnês frequentes pelo país. Assim como com os fãs de K-pop, a participação de Paula na comunidade de fãs da Hillsong no Orkut também criou uma “autenticidade corroborada” que validou seu excessivo investimento afetivo.

É importante ressaltar que King-O’Riain mostrou que o mundo digital não é “sem lugar” [*placeless*, no original] (2020, p. 3). A localização dos ídolos do K-pop na Coreia dá uma sensação de autenticidade às experiências digitais dos fãs e faz com que eles se sintam mais próximos de seus ídolos. Ela escreve: “alguns fãs passaram a idolatrar a sociedade coreana... eles adoravam tudo sobre a cultura, o idioma e o povo sem saber muito sobre a Coreia” (2020, p. 16). Muitos fãs começaram a aprender o idioma e conhecer a cultura coreana para se sentirem mais próximos de seus ídolos e atribuíram suas características à cultura coreana. Como um aparte, minha sobrinha adolescente, que faz parte da grande comunidade de fãs de K-pop no Brasil, tornou isso evidente para mim. Por intermédio dela, fiquei sabendo como eles idolatram os cantores e desejam aprender sobre a cultura e o idioma coreano, comparecendo em massa aos shows das bandas de K-pop no Brasil.

Como vimos com Paula, um processo semelhante ocorreu entre brasileiros, em que sobrepunham o amor pela Hillsong com sua localização na Austrália. Eles começam a idolatrar e aprender sobre a cultura e a sociedade australianas para se sentirem mais próximos da banda e da igreja. Assim, como a Hillsong, a Austrália se torna um objeto dos sonhos. Eles associam ambos à ideia de perfeição. A Austrália, como parte do Norte Global, é idealizada como “perfeita” na mídia e na mente dos brasileiros.

Essa idealização se liga à característica principal da marca da Hillsong: excelência. A Austrália entrou pela primeira vez no imaginário brasileiro após os Jogos Olímpicos de 2000 em Sydney. Desde então, tem se destacado mais no Brasil por meio de uma quantidade crescente de imagens (esmagadoramente positivas) que circulam no país. Elas são criadas tanto pelo alto número de brasileiros na Austrália (em redes sociais e conversas com familiares e amigos), quanto pela mídia brasileira e pelo governo australiano. Por exemplo, já em 2002, a *Folha de São Paulo* publicou uma matéria sobre os brasileiros na Austrália. Uma parte da matéria era intitulada “Tudo funciona em Sydney, até o trânsito” e descrevia a ausência de engarrafamentos na maior cidade da Austrália. É claro que essa era uma ideia vinda do desejo daquilo que falta no Brasil: organização. Engarrafamentos são comuns em Sydney, e o transporte público é, de certa forma, pior do que em São Paulo (Sydney conta com um sistema de trens em vez de metrô). Em 2018, a revista *Exame*, divulgou uma matéria sobre as melhores cidades do mundo para se viver — Sydney ficou em sexto lugar, enquanto o Rio de Janeiro ficou em 118º e São Paulo em 122º (Ruic, 2018). Esse tipo de notícia é sempre divulgado por revistas e blogs brasileiros e nas redes sociais. Este comentário foi publicado como resposta a essa notícia em um blog chamado Brazil-Australia:

Tenho o sonho de um dia visitar esse país maravilhoso. Rezo a Deus para ter saúde e dinheiro para ir para a Austrália. Estudo tudo sobre esse país fantástico: cultura, modo de vida... tudo me faz acreditar que a Austrália é um modelo a ser seguido por outros países. (<http://www.brazilaustralia.com/os-paises-com-melhor-qualidade-devida-em-2015/>)

Por sua vez, até o país fechar as fronteiras por dois anos devido à pandemia da covid-19 em março de 2020, o governo australiano promoveu muito a educação e o turismo australiano no Brasil. Organizava anualmente feiras em todo o país para vender o “excelente” sistema educacional australiano, usando no material de divulgação imagens de praias, desertos

e cidades iluminadas. Também organizava o Festival Australiano anual, com apresentações de grupos artísticos de destaque (como Sydney Dance Company, Circus Oz e grupos Indígenas) em várias capitais brasileiras. A Embaixada da Austrália no Brasil incentiva os brasileiros a viajar criando uma imagem positiva da Austrália em sua página do Facebook. Lá, publica artigos colocando a Austrália como um dos melhores lugares para se viver do mundo. A embaixada descreve o estilo de vida descontraído e os lugares para visitar no país. Isso é compreensível, pois tanto a educação quanto o turismo desempenham um papel significativo na economia da Austrália. Esse aumento no conhecimento sobre a Austrália acompanha o aumento de estudantes, migrantes e turistas brasileiros no país, assim como no número de empresas brasileiras que vendem pacotes de intercâmbio.

Quando essas duas percepções idealizadas se encontram, você tem um fator de atração muito forte que chama os brasileiros para a Austrália. Viajar para o país e poder servir ou estudar com cantores famosos em uma igreja do momento se torna um sonho. A assimetria de poder entre o Norte e Sul Global contribui para o sonho de ir para a Austrália e entrar para a Hillsong. De fato, a cultura das celebridades é ainda mais potente quando acontece em inglês, o idioma do poder da globalização, e do Norte para o Sul. Peggy Levitt (1998, p. 927) cunhou o termo “remessas sociais” para descrever “as ideias, os comportamentos, as identidades e o capital social que fluem das comunidades do país receptor [de imigrantes] para as do país emissor [de emigrantes]”. Ela (1998, p. 940) argumenta:

O impacto dessas remessas ocorre também em função das diferenças de tamanho e poder entre o país emissor e o país receptor... Alguns destinatários serão mais receptivos às remessas porque querem ser mais parecidos com os da comunidade receptora ‘rica’ e ‘moderna’.

Esse é um dos motivos pelos quais vários jovens brasileiros “sonham” em visitar a Austrália ou estudar no Hillsong College em Sydney. De fato, quando perguntei a um jovem brasileiro do segundo ano no Hillsong

College o que os amigos brasileiros achavam sobre ele estudar lá, respondeu: “Eles acham incrível! Tenho um amigo que fala para todo o mundo que o amigo dele estuda no Hillsong, que faz parte da Hillsong e tal.” Com certeza o amigo esperava que o prestígio que o estudante pareceu adquirir na Hillsong também se refletisse nele.

Da mesma forma, muitos brasileiros ficam emocionados na primeira visita à igreja. Refletindo sobre esse momento, um jovem brasileiro de classe média alta (com o pai juiz e a mãe advogada) me contou quando conversei com ele em Sydney:

Eu acho que noventa por cento dos brasileiros *chora* quando chegam na Hillsong pela primeira vez. Porque acho que é emocionante. Não é tanto pela religião, na relação com Deus, mas acho que tem a ver com a estrutura da Hillsong, que você não acha nas igrejas brasileiras.

Interessante notar que ele não associa o afeto dos jovens brasileiros quando chegam na Hillsong de Sydney com uma experiência espiritual de Deus, mas com a grande estrutura e com a tecnologia de ponta e alto padrão de qualidade cultos da Hillsong, que eles associam ao Norte Global. O choro como afeto incorporado é compreensível quando sabemos que, como fãs, eles tiveram um excesso de investimento afetivo, direcionando energia para o momento em que chegassem à Hillsong. Por muitos anos, eles se imaginaram na igreja enquanto cantavam as músicas; iam aos shows das bandas em suas turnês globais; seguiam os pastores, as bandas e os cultos nas redes sociais; e trocavam fofocas sobre eles em fã-clubes on-line. Como fãs, eles gastaram tempo, dinheiro e imaginação se preparando para a viagem — acompanhando a banda on-line e indo aos shows no Brasil, cantando as músicas nas igrejas locais, aprendendo inglês, economizando dinheiro, obtendo vistos e pesquisando sobre a Austrália e sobre Sydney. O fato de muitos brasileiros entenderem a capacidade de viajar para esses lugares dos sonhos como uma obra de Deus em suas vidas torna seu *fan-dom* ainda mais potente.

O Problema com o *Fandom*

Enquanto usam a cultura de celebridades e o espetáculo para atrair a congregação e as pessoas sem igreja, as megaigrejas se deparam com um problema. Elas ainda são locais de adoração ou sucumbiram à cultura secular? Conforme vimos no capítulo anterior, como uma forma sensacional mais recente, o cristianismo descolado tornou-se hiper visível e tem seus críticos. Muitos pastores acusam a Hillsong de “pegar leve” na teologia. A dependência da Hillsong da cultura de celebridades como parte fundamental de sua marca global causa tensão por borrar os domínios secular e religioso. De acordo com Wagner (2019, p. 13):

A estrutura transnacional da Hillsong exige o uso de imagens ‘celebrizadas’ e midiáticas dos músicos para comunicar seus valores de forma eficiente. No entanto, ela precisa fazer isso em um contexto cristão evangélico no qual apenas Jesus é o ‘Famoso’ e a celebridade é geralmente vista com desconfiança. Portanto, o caráter de ‘celebridade’ da banda deve ser cuidadosamente administrado. Para fazer isso, a Hillsong promove seus valores e sua mensagem por meio de um grupo de líderes de louvor bem conhecidos que também fazem parte do círculo interno da igreja. Darlene Zschech, talvez a líder de louvor mais conhecida da Hillsong quando a igreja deixou de ser uma congregação australiana local para ganhar fama internacional, ficou associada à marca Hillsong — nessa época ela e a igreja estavam inextricavelmente associadas uma à outra.

Darlene Zschech há muito deixou a banda e a Hillsong, mas a igreja continua a criar líderes de louvor famosos, como Joel Houston, Jonathon “JD” Douglass e Taya Gaukrodger. As letras também são empregadas para justificar o envolvimento com a cultura jovem e os líderes de louvor famosos. A música do grupo Young & Free da Hillsong, “Only Wanna Sing” (2015), parece ter sido escrita para garantir que os congregantes entendam que o foco da música não está no espetáculo, no entretenimento ou na fama

(apesar da atmosfera balada das apresentações), mas sim na adoração a Deus. Sua letra diz, em tradução livre:

Isso não é encenação; Senhor eu juro que é louvor; Palavras vazias não posso dizer; eu não estou atrás de sentimentos; Não é por isso que canto; Você é a razão da minha canção; Apenas quero cantar, Se eu canto por Você meu Rei; Eu não posso imaginar por quê; Eu faria isso por diversão; Porque isso tudo é para Te exaltar.

A celebração completa da Hillsong ocorreu depois de ela estabelecer filiais nos Estados Unidos a partir de 2010. Em Nova York, cada vez mais celebridades, como Justin Bieber, Hailey Baldwin, Kendall Jenner, Selena Gomez, modelos, astros do esporte e editores de moda foram atraídos à igreja pelo então carismático líder, o pastor Carl Lentz. Ao publicarem nas mídias sociais sobre as experiências na igreja, eles criaram uma expectativa em torno da megaigreja, que passou a ser destaque na mídia secular estadunidense, como vimos no último capítulo.

Após ganhar mais visibilidade nos Estados Unidos, a Hillsong fortaleceu seu status de celebridade no Brasil. Assim como outros povos do Sul Global, os brasileiros estão muito atentos às tendências do Norte e as copiam (Rocha, 2006a). As celebridades brasileiras passaram a participar dos cultos da igreja no exterior e publicaram as experiências nas mídias sociais. Por exemplo, enquanto jogava pelo Chelsea, o jogador de futebol David Luiz se converteu na filial da Hillsong em Londres e foi batizado na filial de Paris após se mudar para lá para jogar no Paris Saint-Germain. Ele então publicou fotos do batismo e outras atividades da igreja nas mídias sociais para milhões de fãs. Outra celebridade local, Bruna Marquezine, estrela de novelas da Rede Globo, visitou a Hillsong Los Angeles. Enquanto estava lá, ela postou vídeos curtos de sua visita à igreja no Instagram e reproduziu a letra da música “Alive” em uma outra postagem para seus fãs. Essas postagens foram amplamente compartilhadas nas mídias sociais e acabaram se transformando em matérias em sites cristãos de notícias (Chagas, 2014). O fato

de o filho de Brian e Bobbie Houston, Joel — o líder de louvor da Hillsong United e co-pastor da igreja em Nova York — ser casado com uma modelo brasileira só fortaleceu essa conexão entre música, moda, cultura de celebridades e a Hillsong na mente dos brasileiros.

No entanto, embora a igreja estimule o envolvimento com os jovens por meio da cultura de celebridades, quando os brasileiros chegam à Hillsong em Sydney, ser fã se torna um problema. Os pastores e músicos que os brasileiros acompanham on-line estão sempre presentes na sede e nas filiais da igreja na cidade. Eles têm vidas reais e não gostam que as pessoas fiquem de tietagem na igreja. Ciente de como os brasileiros se relacionam com a Hillsong por meio do *fandom* e de como isso causa problemas em Sydney, um estudante brasileiro no segundo ano do Hillsong College, responsável por auxiliar os recém-chegados do Brasil, elaborou uma estratégia. Em sua primeira reunião com os novos alunos, ele sempre adverte para não tratarem as pessoas ligadas à Hillsong como celebridades. Quando o entrevistei em um café próximo à filial de Sydney, perto da estação central, ele explicou:

Digo a eles: ‘Pessoal, por favor, esta é a casa deles, não peçam para essas pessoas famosas da Hillsong tirarem fotos com vocês. Seria melhor vocês baterem um papo, conversar [com eles]’. Para que serve a foto? Para mostrar a alguém que não está aqui que você teve um momento de proximidade (que você não teve!) com uma pessoa que você nem conhece. Por exemplo, Taya Smith, a cantora do United que você acabou de ver passar... Essa garota tem 300.000⁶ seguidores no Insta! Ela é super famosa, mas aqui ela se sente em casa.

A associação da Hillsong com a cultura jovem e de celebridades também representa um problema para as igrejas brasileiras diaspóricas em Sydney. Pesquisas já mostraram que as instituições religiosas do país

6 Em outubro de 2022, Taya Smith (agora casada e com o sobrenome Gaukrodger) tinha 802.000 seguidores no Instagram.

natal dão apoio a congregações de migrantes, criando um lar longe de casa (Freston, 2008; Levitt, 2007; Vásquez e Marquardt, 2003; Tweed, 2002). As instituições religiosas na diáspora funcionam como instituições sociais. Elas ajudam os migrantes a lidar com as pressões e ansiedades da migração, oferecendo-lhes um ponto de encontro onde podem falar a língua materna e comer pratos típicos da terra natal, conhecer outras pessoas na mesma situação, fazer amigos, encontrar emprego e lugar para morar, e aprender a cultura da sociedade em que estão se inserindo.

Contudo, para muitos brasileiros com quem conversei, isso não era suficiente. Viajando sozinhos para a Austrália, os jovens de classe média também queriam aprender inglês, conhecer australianos e se integrar à sociedade para recuperar sua condição de classe média o mais rápido possível. Em tese, a Hillsong oferecia essas possibilidades, além do privilégio de fazer parte de uma igreja famosa. Um pastor brasileiro me disse que muitos brasileiros começaram a frequentar a sua igreja assim que chegaram. Muitos entraram em contato com ele antes mesmo de viajar para se certificar de que teriam um lugar seguro no novo país. No entanto, quando já estavam mais estabelecidos, eles iam para a Hillsong. Ele suspirou ao concluir: “É mais *fashion* ter uma foto sua no Facebook na frente da Hillsong do que da minha igreja. As igrejas brasileiras não dão a eles o glamour que a Hillsong dá”.

Essa evasão constante faz com que a igreja não tenha uma comunidade estável de congregados e que ele não possa planejar o futuro da instituição. Essa é uma reclamação comum em outras igrejas brasileiras. Até mesmo as igrejas que atendiam aos brasileiros mais velhos, da classe trabalhadora, que chegaram na segunda metade do século XX, preocupavam-se que a segunda geração nascida na Austrália estava indo para a Hillsong e para outras megaigrejas australianas. Durante meu trabalho de campo na igreja CJC, um pseudônimo, (que discuto no próximo capítulo), conversei com muitos pais cujos filhos imploravam para frequentar os cultos e atividades da Hillsong. Eles concordavam com seus filhos, argumentando que pelo menos eles estavam animados para ir à igreja.

Conclusão

Neste capítulo, vimos como a Hillsong chegou ao Brasil e entrou no imaginário dos jovens brasileiros como uma igreja que oferecia outro estilo de vida. A música da Hillsong chegou ao Brasil usando os mesmos caminhos da música e da cultura cristãs estadunidenses. Isso significa que a Hillsong rapidamente adquiriu o prestígio que os produtos culturais estadunidenses desfrutavam no país. À medida que os cantores cristãos brasileiros, as bandas de louvor e as igrejas traduziram e gravaram músicas da Hillsong, essas músicas se tornaram conhecidas pelas congregações e se juntaram a uma crescente indústria gospel brasileira. Com o tempo, os jovens brasileiros criaram fã-clubes nas redes sociais e as bandas da Hillsong começaram a fazer turnês pelo país. A Hillsong usou da cultura de celebridades para se expandir globalmente. Quando estabeleceu filiais nos Estados Unidos e as celebridades estadunidenses se juntaram à igreja, a Hillsong se tornou ainda mais famosa no Brasil, com celebridades locais postando suas experiências na filial estadunidense da Hillsong.

Nesse contexto, analisei como os jovens brasileiros se tornaram fãs da Hillsong, sobrepondo seu amor pela megaigreja com um entusiasmo pela Austrália e transformando ambas em um local de reverência e otimismo. Para eles, viajar para a Austrália para entrar na Hillsong tornou-se um sonho que os impulsionou a criar um excesso de investimento afetivo. No entanto, diferentemente de outros fãs da cultura pop, este *fandom* tinha autoridade porque, para eles, era inspirado por Deus. Esse *fandom* constituiu um mapa de significância que estruturava suas vidas. Muitos começaram a trabalhar, economizar dinheiro e aprender inglês para poder realizar o sonho. No próximo capítulo, acompanharemos a vida desses jovens na Austrália. Veremos como Deus se tornou ainda mais central em suas vidas, à medida em que eles enfrentavam a solidão, a precariedade e a perda do poder aquisitivo ao mesmo tempo em que faziam a transição para a vida adulta longe da família e da terra natal pela primeira vez em suas vidas.

Descansando em Deus¹

A “Noite Latina” foi muito divulgada nas redes sociais da Hillsong como parte do “Mês da Diversidade” da igreja. Durante esse mês, outros povos também receberam destaque nos cultos dominicais da noite. A Hillsong, por ser localizada na Austrália, onde o multiculturalismo é uma parte integral da sociedade, oferece espaço para diferentes grupos étnicos expressarem suas “culturas” dentro da igreja. Iniciado como uma política governamental na década de 1970, o multiculturalismo australiano é baseado em uma essencialização da etnia, promovendo a diversidade cultural (Castles et al., 1990). O “Mês da Diversidade”, é claro, também ajuda a Hillsong a mostrar seu crescimento global.

Como de costume, eu participei do culto noturno no *City Campus* de Sydney, onde a maioria dos brasileiros se reúnem. O culto foi em inglês, mas teve seu foco na cultura latino-americana: a banda tocou músicas populares latinas atemporais (“La Bamba”, “Macarena” etc.), enquanto o pastor e membros da congregação dançavam no palco. Grupos de jovens seguravam bandeiras de seus diferentes países de origem. O culto terminou com todos dançando conga, iniciando a fila no palco e seguindo por todo o auditório. Depois do culto, jovens voluntários latino-americanos vendiam comidas típicas de seus países no café no saguão da igreja. Antes de prosseguir, ressalto que a presença de música e dança seculares no palco marca uma diferença importante em relação ao estilo pentecostal brasileiro, como vimos nos capítulos anteriores.

1 Capítulo traduzido para a língua portuguesa por Alexia W. de Araujo, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebechi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

O pastor que pregou naquela noite foi Chris Mendez, um australiano-argentino que mais tarde, naquele mesmo ano, se mudaria com a família para Buenos Aires para abrir um novo campus da Hillsong. Um ano depois, em 2016, junto com a esposa, ele também foi nomeado “Pastor Líder” do campus de São Paulo. Com 44 anos, exibia um estilo comum entre os pastores da Hillsong — jeans justo, camiseta branca, jaqueta de couro preta, colar de prata, tênis e um corte de cabelo *undercut*. Enquanto pregava, o pastor Chris abordava um problema comum para esta congregação em particular: a discriminação enfrentada por muitos estrangeiros na Austrália. Ele começou nos contando que os pais vieram para a Austrália em 1974. Quando ele completou 21 anos, decidiu visitar alguns primos na Argentina. Na época, a Argentina estava sob uma ditadura.

Ele contou sua história como se fosse uma narrativa dramática, porém, divertida, gesticulando enfaticamente e andando de um lado para o outro no palco. Disse que em uma noite, quando estava voltando para casa após uma festa com os seus primos, um policial os parou e os arrancou do carro. Ele sentiu a arma no pescoço, mas no momento em que mostrou o passaporte australiano e começou a falar em inglês, imediatamente os policiais o soltaram e começaram a tratá-lo de forma diferente, até mesmo pedindo desculpas. Ele reencenou o momento, deitando-se no chão e depois erguendo o próprio passaporte australiano com uma mão acima da cabeça. No meio de vários “uau” e “incrível” da congregação, ele continuou: “Por causa da minha cidadania, tive que me adequar a regras que não eram do meu país de origem. Regras que eram de outro lugar.”

Mendez então mencionou Filipenses 3:20 (“A nossa cidadania, porém, está nos céus, donde também esperamos o Salvador, o Senhor Jesus Cristo”) e as palavras “Mas a Nossa Cidadania está nos Céus” foram projetadas nos grandes telões no fundo do palco. Ele afirmou que mesmo que as pessoas fossem discriminadas na Austrália, elas pertenciam a um lugar mais importante do que uma nação na terra. Ele enfatizou: “Porque somos cidadãos dos altos céus, estamos seguros, assim como quando temos um

passaporte australiano em outro país.” Mendez então explicou como ele próprio havia sido discriminado por ser imigrante na Austrália:

Eu cresci em uma área de Sydney onde os migrantes eram tratados de forma diferente, onde seu destino já estava traçado. Você só poderia ter certos empregos. Mas, em Deus, temos acesso a algo maior; não há limitações. Nesta Terra, sua carteira de identidade, sua cidadania será testada, mas não no Céu. No dicionário, cidadania significa que você tem direito à proteção do governo. Essa tribulação pela qual você está passando não é nada, porque você tem direito à proteção do céu. Você perdeu o emprego e uma promoção. Isso não é o fim. Neste mês estamos tendo o Dia Africano, o Dia Latino e o Dia Asiático. Mas o que é importante é a Cultura do Reino. O multiculturalismo é realmente importante na Terra. O cristianismo transcende países, culturas; é supranacional. Independentemente do lugar onde você nasceu, da cor da sua pele, do sotaque que você tem, em Cristo somos um só. O que nos une é a Cultura do Reino, não as culturas latinas, asiática, africana. Temos direito à proteção do Reino de Deus. A cidadania do céu tem uma data de início, mas não uma data de expiração. É pra sempre. A Bíblia é o passaporte para a cidadania do céu. Ela nos mostra quem somos, o que somos; ela nos diz os nossos direitos e nos dá acesso aos direitos do Reino nesta Terra. Lembrem-se, vocês não são cidadãos deste mundo, mas sim do Céu.

Nesse momento, a banda, que havia voltado ao palco um pouco antes, começou a tocar uma das clássicas canções de adoração da Hillsong, “I Surrender”: “Here I am down on my knees again, surrendering all [...] Find me here Lord as You draw me near, Desperate for You, I surrender [...] With arms stretched wide, I know You hear my cry.”²

O tema da noite, o sermão de Mendez, os louvores de adoração que se seguiram e a comida típica de sua terra natal, servida posteriormente no

2 Em tradução livre: “Eu me entrego”: “Aqui estou de joelhos novamente, entregando tudo [...] Me encontro aqui, Senhor, enquanto Vós me atrai para perto. Desesperado por Ti, eu me entrego [...] Com os braços estendidos, eu sei que Tu ouve meu clamor.”

café, deram aos jovens brasileiros uma sensação calorosa de estar em casa, protegidos por Deus, no contexto de rebaixamento de status social, da precariedade e do racismo estrutural que encontraram na Austrália.

* * *

Neste capítulo, exploro o papel do pentecostalismo na vida dos estudantes brasileiros de classe média que viajaram para estudar na Austrália e se juntaram a igrejas pentecostais. Os estudantes brasileiros levam vidas precárias. Eles estão em transição para a vida adulta, vivendo longe de sua terra natal e sem as famílias pela primeira vez em suas vidas. Além disso, eles passam por um rebaixamento de status social e estão à mercê de constantes mudanças na política migratória australiana. Aqui, destaco em minha análise outras duas igrejas que adotam formas semelhantes às formas sensacionais da Hillsong — C3 (C3 Church Global) e CJC (Comunidade de Jovens Cristãos, um pseudônimo), uma megaigreja australiana e uma igreja brasileira, respectivamente —, pois muitos brasileiros circulam estrategicamente entre elas e a Hillsong para encontrar um lar longe de casa.

Argumento que o pentecostalismo oferece a eles uma estrutura para dar sentido à sua jornada de migração estudantil. O pentecostalismo pede uma ruptura com o passado, uma crença no sobrenatural, uma relação individual e não mediada com Deus e prosperidade nesta vida. Ele oferece a possibilidade de se juntar a “um grupo de irmãos e irmãs fictícios baseados em um ethos moral compartilhado” (Martin, 2002, p. 23) e adquirir cidadania supranacional no céu, como o Pastor Mendez mencionou anteriormente. Como mostrarei, a fé desses seguidores (que para alguns, é nova) constrói Deus como pai e amigo íntimo, que os ama, protege e realiza milagres em suas vidas (incluindo se tornarem residentes permanentes na Austrália e recuperarem seu status de classe média). Além disso, a igreja os torna visíveis quando a sociedade os torna invisíveis (Vásquez, 2014, p. 87-88), lhes dando um senso de pertencimento, não apenas à congregação da

igreja que se torna sua família, mas também a um lugar acima do estado-nação: o Reino de Deus.

Os estudiosos que pesquisam sobre religião e migração apontam que, ao permitir a filiação transnacional, a religião se apresenta como um mapa através do qual os indivíduos, especialmente migrantes e organizações transnacionais, tentam se localizar em meio à fragmentação e ao deslocamento gerados pela mobilidade (Vásquez e Marquardt, 2003, p. 53). Eles argumentam que a religião é um aspecto importante na inserção dos migrantes no país de destino, bem como nos processos transnacionais (Levitt, 2007; Vásquez e Marquardt, 2003, p. 53-54). Por exemplo, em sua pesquisa com migrantes brasileiros na Flórida, Vásquez e Ribeiro (2007, p. 13) mostraram que as igrejas oferecem conforto:

As igrejas oferecem recursos para ajudar os imigrantes brasileiros a criar espaços de sociabilidade, identidade coletiva e ajuda mútua. Mais importante ainda, além do suporte institucional, a religião serve para tornar o processo de migração significativo, conectando-o com a experiência profundamente afetiva do sagrado em um ambiente hostil.

No entanto, sabemos pouco sobre o papel da inserção religiosa para migrantes temporários, como a crescente multidão de jovens de classe média estudando no exterior. Para eles, as consequências usuais da migração — isolamento, perda de referências, depressão — são ainda mais fortes por serem jovens, vivenciarem instabilidade financeira e pelo fato de não estarem vivendo com suas famílias. Wellman, Corcoran e Stockly (2019, p. 152) utilizam o conceito de *total environment*³ (ambiente total) para descrever “um contexto que fornece aos frequentadores da megaigreja ministérios, recursos e laços sociais suficientes para que geralmente não precisem buscar outras fontes seculares que atendam suas necessidades emocionais

3 Se refere à soma total de todos os elementos físicos, biológicos, culturais, sociais e econômicos que rodeiam um indivíduo.

fundamentais. A megaigreja e suas atividades oferecem uma estrutura para suas vidas”. Aqui, mostro que para esses jovens que estão viajando sozinhos, esse *total environment* é potencializado: a igreja se torna ainda mais importante como um lugar de sociabilidade, apoio emocional e financeiro, que para famílias migrantes ou congregações locais. Muitos compartilham acomodações com outros membros da congregação, saem com eles após o final das aulas ou do trabalho e até mesmo aos finais de semana.

Substancialmente, mostro que em suas narrativas de migração estudantil para a Austrália, estudantes brasileiros narram a governamentalidade da mobilidade (vistos, empregos, cursos de inglês, patrocinadores para residência permanente [RNE]) através da linguagem da religião. No passado, a governamentalidade era pensada como um poder do Estado para regular e disciplinar seus próprios cidadãos (Foucault, 1997), agora, ela assume dimensões globais, com estados fiscalizando suas fronteiras e regulamentando a mobilidade e o assentamento (Glick Schiller e Salazar, 2013, p. 188; Ong, 1999). Notavelmente, as negociações entre o Estado como guardião de fronteiras e o migrante são influenciadas por uma geometria de poder global (Massey, 1994, p. 149) na qual alguns estados e seus cidadãos são classificados em posições mais altas do que outros. Como resultado, cidadãos brancos, ricos e com educação terciária do primeiro mundo possuem maior mobilidade do que cidadãos de países de terceiro mundo, especialmente se não forem brancos, sem educação terciária e pobres. Isso significa que os brasileiros na Austrália não são elegíveis para vistos de Férias-Trabalho e outros direitos, como o reconhecimento rápido de suas qualificações profissionais, que facilitam o assentamento. Levando vidas tão precárias, eles veem cada obstáculo e conquista como uma obra de Deus em suas vidas. Para os migrantes brasileiros, Deus é quem determina se eles devem permanecer ou retornar para o Brasil. A cidadania no Reino de Deus oferece a eles um sentimento de pertença mais importante do que uma cidadania australiana. Sugiro que o contexto social em que esses jovens se encontram é fundamental para a escolha de sua religião.

Brasileiros na Austrália

O Brasil tradicionalmente é uma nação formada por imigrantes, mas as crises socioeconômicas do final do século XX aumentaram as desigualdades sociais, o crime e a violência, levando muitos a emigrar. Embora essa situação tenha melhorado no início do século XXI, atualmente o país está enfrentando renovadas crises políticas e econômicas, com taxas alarmantes de crime e violência. De acordo com o Banco Mundial, em 2019, o Brasil foi o nono país mais desigual do mundo (logo atrás de Moçambique), com um coeficiente de Gini de 0,543⁴. Enquanto os mais pobres deixam o país para encontrar trabalho em outros lugares, jovens profissionais e estudantes de classe média deixam o país para escapar do crime, da violência e do estresse da vida cotidiana (Rocha, 2014, p. 498–499; Rocha e Vásquez, 2013, p. 7–8). Para os estudantes de classe média, mudar-se para o Norte Global nem sempre é percebido como “migração”, mas como um intercâmbio cultural — um período estudando no exterior para se tornar fluente em uma nova língua e cultura. Também é visto como uma aventura e um rito de passagem durante o qual aprendem a viver sozinhos e a se sustentar sem a presença de família e amigos. Assim como muitos outros jovens de classe média em outros lugares, o que impulsiona suas viagens é o desejo de conhecerem o mundo e se tornarem adultos independentes e “cidadãos do mundo”. Isso é semelhante ao que Robertson (2014, p. 1924) analisou sobre jovens australianos de classe média que viajam para o exterior para o que chamam de “período sabático” (uma pausa entre o fim do ensino médio e o início da universidade), buscam “autorrealização, desenvolvimento profissional e viagens de lazer”. No entanto, para os brasileiros de classe média as viagens internacionais também servem como “um marco genuíno e incontestável de seu status como classe média. Em situações sociais, falar sobre suas experiências internacionais... opera... para marcar distinção social” (O’Dougherty, 2002, p. 124). Além disso, muitos também gostariam

4 <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/gini-coefficient-by-country>

de adquirir uma *flexible citizenship* (Cidadania Flexível) (Ong, 1999) ao se estabelecerem permanentemente no Norte Global para escapar dos altos níveis de crime e violência e da profunda crise socioeconômica no Brasil.

Desde o início do século XXI, a Austrália tornou-se um dos destinos preferidos para esse setor da sociedade brasileira. A cultura da praia/surfe do país, ruas seguras, inglês, economia forte e status de país desenvolvido são grandes atrativos (Rocha, 2006b, p. 147; Rocha, 2013, p. 68; Rocha, 2014, p. 498–499; Rocha, 2016, p. 166; Rocha, 2017a, p. 127; Wulfhorst, 2011, p. 42–44). Tradicionalmente, os Estados Unidos, que também oferecem muitas dessas características, atraíram a maioria dos estudantes migrantes brasileiros. No entanto, o sistema de vistos da Austrália, que lhes permite trabalhar e futuramente levar a uma possível migração através de um sistema de pontos ou um esquema de patrocínio do empregador, torna o país mais atraente. Além disso, na última década, os jovens brasileiros passaram a se referir cada vez mais à Hillsong para explicar por que vieram para a Austrália, em vez do habitual “Eu vim estudar inglês em um país de primeiro mundo que (graças a Deus!) tem uma cultura de praia e estilo de vida descontraído, assim como o Brasil”.

É difícil estimar um número preciso de brasileiros na Austrália, mas a comunidade vinha crescendo rapidamente até que a Austrália fechou suas fronteiras em março de 2020 para conter a pandemia de covid-19. As estatísticas oficiais subestimam muito a população brasileira nascida no país, pois a maioria dos brasileiros reluta em preencher os formulários do censo devido a não confiarem no governo (Hess e DaMatta, 1995, p. 6–9) ou sentem que, como estudantes internacionais temporários, não deveriam fazê-lo. No último censo de 2021, havia 46.720 brasileiros na Austrália (ABS, 2022a). Desses, a maioria tinha entre 25 e 39 anos (28.234). Esse total pode ser dividido em três faixas etárias: entre 25 e 29 anos (7.303), entre 30 e 34 anos (11.330) e entre 35 e 39 anos (10.234). O fato de que menos da metade possui cidadania (14.785) indica que a maioria são estudantes internacionais ou aqueles com vistos temporários de trabalho. Devemos ter em mente que o censo ocorreu mais de um ano após os primeiros períodos de isolamento

e fechamentos de fronteiras. Durante esse período, centenas de milhares de estudantes internacionais voltaram para casa. Eles estavam vivendo na miséria depois de perderem seus empregos, ao mesmo tempo que pagavam mensalidades escolares e aluguéis altos. O Primeiro Ministro, nessa época, recomendou que eles fossem para casa, e o governo não estendeu a eles o apoio financeiro que estava dando para os cidadãos.

Muitos estudantes brasileiros voltaram para casa, diminuindo o número de brasileiros na Austrália. Enquanto em 2019 havia 40.763 estudantes brasileiros matriculados em instituições de ensino no país, o número caiu para 33.563 em 2020 e para 12.233 em 2022. O Brasil foi o quarto país com mais estudantes na Austrália em 2019 e 2020, atrás de China, Índia e Nepal (Department of Education and Training, 2020). Mas em maio de 2022, o Brasil caiu para o sétimo lugar (Department of Education and Training, 2022). A maioria desses estudantes brasileiros já possui ensino superior ou trancou a universidade durante a graduação para estudar inglês na Austrália. Eles pensam que ser fluente em inglês é um caminho para levar uma vida cosmopolita, conseguir permanecer na Austrália, ou, se voltarem para casa, podem converter o capital cultural adquirido na Austrália em capital econômico (Bourdieu, 1986, p. 53-55), pois assim encontram melhores empregos no Brasil. Em uma pesquisa sobre o cosmopolitismo e as estratégias educacionais da classe média brasileira, Windle e Maire (2019, p. 725-726) encontraram um fenômeno similar:

Tanto para as elites econômicas quanto para os brasileiros de classe média, o capital cultural cosmopolita ganhou importância como um marcador de pertencimento a esses grupos, mais especificamente na forma do inglês fluente. [...] O prestígio do inglês como a língua da economia hegemônica dos Estados Unidos é reconhecido em toda a sociedade. Enquanto o inglês pode ser usado em viagens, é no mercado de trabalho e em círculos sociais que possui maior poder.

Ao longo de minha pesquisa de uma década, jovens brasileiros constantemente diziam que aprender inglês era um objetivo para conseguirem uma perspectiva cosmopolita na vida. É por isso que a maioria dos brasileiros que vão para a Austrália são estudantes da língua inglesa e depois se matriculam em colégios técnicos, esperando serem patrocinados por seus patrões com o objetivo de se tornarem cidadãos permanentes da Austrália, o que muitos conseguiram. O fato de terem frequentado a faculdade no Brasil e serem capazes de pagar por estudos fora do país comprova o status de classe média e média alta destes jovens no Brasil.

Levando Vidas Precárias

A Austrália tradicionalmente recebe um grande número de imigrantes. Resultados do censo de 2021 mostram que do total de 25.5 milhões da população australiana, 27,6% nasceu em outro país e quase a metade (48,2%) são filhos de estrangeiros (ABS, 2022). Assim como outros países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), a política de migração na Austrália tem deixado para trás o assentamento permanente e procurado uma mão de obra estrangeira flexível e temporária. Porém, as coisas estão mudando. Devido ao fechamento das fronteiras entre março de 2020 até 2021, por causa da pandemia da covid-19, e o número de pessoas sem trabalhar porque contraíram a doença, houve uma escassez de mão de obra. Para resolver esse problema, em setembro de 2022, o governo do novo Partido Trabalhista embarcou na maior mudança no programa de migração desde o fim da Segunda Guerra Mundial, mudando o foco para residentes permanentes ao invés de temporários (Galloway, 2022). Foi anunciado um aumento do número anual de aceite de migrantes qualificados profissionalmente para 195.000 e do tempo que os estudantes internacionais podem permanecer e trabalhar no país depois de se formarem. No contexto do envelhecimento da população e da escassez de trabalhadores qualificados no Norte Global, os governos neoliberais passaram a ver os estudantes internacionais como uma forma de atrair jovens altamente qualificados que são

formados localmente e, ao mesmo tempo, revigorar o setor educacional, já que estes estudantes pagam mensalidades muito acima dos estudantes locais (Robertson e Runganaikaloo, 2014, p. 210).

Atualmente, o governo australiano oferece aos estudantes internacionais dois caminhos para a residência permanente e possível cidadania. O sistema de pontos atribui pontos de acordo com as características de um migrante “desejável”. Isso inclui idade, fluência no idioma, qualificações, área de trabalho e experiência profissional. Em caso de ser patrocinado por um empregador, o patrão deve justificar por que necessita manter os funcionários estrangeiros de forma permanente. Ambos os caminhos se baseiam em listas de profissões com grande demanda que estão em constante mudança de acordo com as necessidades econômicas. Robertson e Runganaikaloo (2014, p. 210-214) descobriram que o “vínculo migração-estudante” significa que o processo de migração se tornou longo e complicado. Estudantes migrantes vivem anos como residentes temporários, passando por uma série de vistos de estudante, vistos provisórios e vistos temporários de trabalho para recém graduados. A mudança de status do visto também aumenta a duração do processo. De acordo com a Universities Australia, o órgão máximo do setor universitário no país, os recém-formados estavam esperando por até dez meses para mudar de visto em 2022 (Galloway, 2022).

Desde 2000, houve diversas revisões nas políticas do sistema de pontos e na lista de profissões de alta demanda e, portanto, o processo de migração estudantil nunca é garantido. Devido à longa duração do processo e às constantes mudanças nas políticas de migração, estudantes se sentem inseguros em relação ao futuro. Embora se tornem socialmente assentados ao longo dos anos — fazendo amigos, estudando e trabalhando, pagando impostos e adquirindo o *habitus* e a visão de mundo australianos — eles não estão legalmente assentados. Até que sua residência permanente seja concedida, há sempre uma chance de que o tempo e dinheiro investidos na migração sejam em vão. Levando vidas precárias, esses estudantes sentem altos níveis de estresse e ansiedade.

Estudantes brasileiros enfrentam uma situação similar na Austrália. Entrevistei uma agente de viagens brasileira em Sydney, representante de uma empresa brasileira de intercâmbios para cristãos (este será discutido de forma mais aprofundada no capítulo 5). Ela explicou como a situação de estar na Austrália, mas não ser do país (ou seja, estar social, mas não legalmente assentado) se aplica para os jovens brasileiros:

A Austrália é um paraíso, mas não para nós. É uma ilusão. Há pessoas que estão aqui há cinco ou seis anos, e sentem que são australianos porque vivem aqui; eles possuem documentos – *tax file number*⁵, carteira de motorista, fazem a declaração do imposto de renda. Eles possuem a maioria dos direitos que todos aqui detêm. Começam a criticar o Brasil, mas nem possuem a residência permanente ainda! Eles não são australianos; eles são brasileiros com um visto de estudante. Além disso, possuem apenas relações superficiais com os australianos. Não possuem amigos australianos. É por isso que digo que somos como fantasmas aqui.

Quando questionei por que ela disse que eles eram como “fantasmas” aqui, ela explicou que viviam em um mundo paralelo, o que os tornava invisíveis. Por exemplo, estudavam principalmente em cursos técnicos para alunos internacionais (uma versão mais barata do Technical and Further Education [TAFE] administrado pelo governo, onde os australianos estudam). Eles também não possuíam uma grande fluência no idioma, socializavam praticamente apenas com outros brasileiros e ocupavam cargos em empregos não qualificados em áreas onde há poucos australianos. Para ela, a ilusão da Austrália tem origem também no fato de que, mesmo que os estudantes planejem muito bem suas estratégias de conseguir a residência permanente, não há garantia de que vão obtê-la. Ela deu o exemplo de um jovem pastor brasileiro da igreja CJC, localizada em Sydney, que adota muitas das características do estilo da Hillsong. Ele estudava teologia no

5 Documento obrigatório para poder trabalhar na Austrália (equivalente ao CPF).

Alphacrucis College, a faculdade oficial das igrejas cristãs australianas (conhecidas anteriormente como Assembleias de Deus na Austrália). Ele solicitou a residência permanente por meio de um advogado especializado em imigração quando se formou. Na semana seguinte, o departamento de imigração australiano alterou as regras, mas infelizmente o advogado de migração não havia feito a inscrição antes das mudanças. Ela explicou:

A profissão dele já não estava mais na lista. Foi por um final de semana! O advogado podia ter entrado com o pedido até sexta, mas não o fez. Na segunda-feira seguinte a vaga já não estava mais na lista. [...]. Há muitas regras e leis, ocupações são adicionadas ou retiradas o tempo todo. As pessoas ficam bem vulneráveis. Os migrantes estão nessa corrida para conseguir a residência permanente, e algumas vezes eles não conseguem.

Embora os estudantes internacionais vivam num limbo e sofram de altos níveis de ansiedade, Robertson e Runganaikaloo (2014, p. 214-215, 221-222) descobriram que eles possuem um pouco de agência, ou poder de ação, e desenvolvem estratégias de superação. O mesmo pode ser dito sobre os estudantes brasileiros. Por exemplo, o pastor mencionado anteriormente mudou-se para Canberra para acelerar o pedido de residência permanente, dessa vez como trabalhador de construção, profissão que exerceu durante muitos anos para sobreviver. Ele então aproveitou a oportunidade para abrir uma filial da CJC em Canberra. O Departamento de Assuntos Internos dá incentivos para que potenciais migrantes se estabeleçam nas áreas rurais e regionais da Austrália, e a capital nacional é considerada um centro regional para fins migratórios. Portanto, muitos brasileiros se mudaram devido a essas questões de imigração, já que a capital fica apenas a três horas de viagem de carro até Sydney.

Outra estratégia para lidar com a situação precária na qual os estudantes se encontram durante anos a fio é ter uma atitude fatalista: o que for para ser, será (Robertson e Runganaikaloo, 2014, p. 222). Muitos brasileiros

juntam a este fatalismo uma força maior. Eles depositam suas preocupações nas mãos de Deus. Para eles, “Deus está no controle”.

Pentecostalismo, Vida Cotidiana e a Governamentalidade da Mobilidade

O pentecostalismo tem ajudado aqueles que se encontram numa situação de deslocamento. Miller e Yamamori (2077, p. 23) argumentam que “as igrejas pentecostais muitas vezes funcionam como famílias substitutas. Dentro dessas igrejas, é possível ter um papel na sociedade, uma identidade, como alguém que é valorizado e necessário. “É por isso que o pentecostalismo e a migração (interna ou internacional) são fenômenos interconectados (Levitt, 2007).

Os jovens brasileiros sofrem com a anomia quando chegam à Austrália (Rocha, 2006b, p. 156-157; 2013, p. 72-73; 2017b, p. 129). Eles podem ter passado férias com os pais no exterior, mas, para a maioria, esta não é só a primeira vez que deixam a casa da família, como também precisam trabalhar para se sustentar. Eles também têm que fazer isso no exterior, usando um idioma diferente e em uma cultura diferente. Os brasileiros de classe média só saem da casa dos pais e começam a trabalhar depois de terminarem a universidade e encontrarem empregos qualificados em tempo integral. Existem razões sociais e estruturais para isso. No Brasil, o trabalho não qualificado – como trabalhar em cafés, bares etc., que geralmente é feito por estudantes no Norte Global – é realizado pelo grande número de trabalhadores não qualificados das classes baixas da sociedade. Além disso, no Brasil, o serviço manual, seja na hotelaria, nos supermercados e limpeza, está associado aos pobres e, portanto, é algo a ser evitado. Em seu trabalho sobre trabalhadoras domésticas e classe social no Rio de Janeiro, Goldstein (2009, p. 158-159) descobriu que:

É simplesmente um anátema que a classe média [brasileira] se interesse por trabalhos braçais ou administre adequadamente

uma casa. Ser de classe média, nesse sentido, significa que você não pertence à classe trabalhadora. [...] [No Brasil] as classes médias são definidas pela sua capacidade de pagar alguém para fazer o trabalho braçal para elas. [...]. Os membros das classes média e alta que têm empregadas domésticas e sempre as tiveram não sabem realmente como fazer as coisas básicas por si próprios – limpar, cozinhar, lavar roupa ou cuidar das pequenas tarefas desagradáveis da vida.

Ao chegarem à Austrália sem suas famílias, eles devem aprender a realizar essas tarefas pela primeira vez. A maioria dos estudantes me contou que estavam se sentindo perdidos, pois não tinham ideia de como cozinhar, limpar ou gerenciar o dinheiro. Eles também se sentiam solitários e ansiosos em relação à sua nova vida adulta em um país estrangeiro. Um jovem brasileiro, que partiu para a Austrália aos 17 anos, logo após terminar o ensino médio, enfatizou como foi transformadora sua experiência no exterior:

O momento em que saí da casa da minha família e fui morar sozinho pela primeira vez foi muito intenso. Saí de casa com uma mochila e um ursinho de pelúcia debaixo do braço, era o que eu tinha. Eu tinha uma carteira e um celular no bolso. Olhar para baixo e literalmente ver que tudo o que eu tinha naquele momento estava em cima da mesa. [...] Claro, exceto pelos bens da minha família e tudo mais, mas naquele momento era isso que eu era. Esse tipo de experiência muda a sua vida.

Como estão entrando na vida adulta, muitos veem a estada na Austrália como um momento para se libertarem da vigilância dos pais e da sociedade. Pastores e jovens brasileiros me contaram em entrevistas que muitos começam a beber em demasia, usar drogas e/ou entraram em depressão. A cultura do consumo excessivo de álcool na Austrália agrava o problema. Pesquisas no Brasil (Sanchez et al., 2013) mostram que o consumo excessivo de álcool é mais prevalente entre estudantes ricos de escolas privadas de ensino médio do que entre estudantes pobres de escolas

públicas. O que também está fortemente associado à falta de acompanhamento parental e de estrutura familiar, e ao tempo gasto com amigos em festas e bares. No entanto, os mesmos estudos mostram que os adolescentes que participam de grupos de oração e frequentam a igreja correm menos risco de consumo excessivo de álcool. Quando jovens brasileiros de classe alta e média se mudam para a Austrália, essa situação é agravada. Eles estão longe da supervisão dos pais, mas na maioria das vezes ainda recebem dinheiro da família e, portanto, têm muito tempo e liberdade para sair para baladas com amigos à noite.

Por exemplo, o pastor sênior brasileiro da CJC me disse que a classe social e as novas liberdades na Austrália criam muitos problemas para os brasileiros:

Uma das dificuldades mais frequentes [que encontramos] são as pessoas que estão deprimidas porque chegaram aqui e se desiludiram de alguma forma. Por exemplo, há uma imagem que vendem no Brasil que não é verdadeira. Dizem que você vai chegar aqui, aprender inglês em seis meses, morar na praia e ganhar US\$20 (aproximadamente R\$103,92) por hora. Eles chegam aqui e é difícil encontrar um emprego, é difícil aprender inglês, e eles têm que morar em uma casa compartilhada de três quartos com mais 18 pessoas. Nesse momento, os estudantes tomam um choque de realidade e percebem que estão longe das famílias. Eles não podem voltar para a mãe e chorar no ombro dela. E eles estão sozinhos aqui e ficam muito deprimidos. Há muita frustração. Tem gente que vem aqui e tem pós-graduação e está limpando escritórios. É muito difícil para eles. Eles pensaram que vinham em busca de alguma coisa e acabaram em uma situação pior do que no Brasil.

Entre os muitos motivos da frustração e depressão identificados pelo pastor está o rebaixamento de status social simbolizado por terem que dividir quartos e trabalhar como faxineiros quando possuem pós-graduação, um claro indicativo de classe média (alta) no Brasil.

Muitos estudantes me contaram como ou gostavam dessa cultura de beber e dançar ou a evitavam por medo de que isso os desviasse de seus objetivos de aprender inglês e de se integrar na sociedade australiana. Por exemplo, João, 33 anos, é um pentecostal de São Paulo que trabalha na área de TI e veio para Sydney atraído pela cultura do surf e pela opção de aprender inglês. Ele começou a frequentar a megaigreja australiana C3 porque era mais perto de sua casa do que a Hillsong. João destacou em uma entrevista que essa cultura de bebida e balada o fez evitar outros brasileiros: “Estudei em duas escolas de inglês aqui e 99,9% dos brasileiros estavam na Austrália para se divertir. Eles gostavam de bebida, baladas, drogas e sexo.” Quando salientei que também era fácil fazer essas coisas no Brasil, ele esclareceu:

Mas lá você tem a família. Ninguém te conhece aqui. E você está aqui por um curto período de tempo, então [você pensa] ‘vamos aproveitar o tempo que estamos aqui’. As pessoas vêm aqui para fazerem coisas que ainda não tiveram oportunidade de fazer [na vida]. O problema é que a maioria é muito jovem, [eles têm] 16, 17, 20. Eles estão muito sob o controle dos pais [no Brasil], então eles chegam aqui e se sentem livres, então [eles pensam:] ‘vamos transar com todo mundo, vamos beber’ [...] e os pais os sustentam financeiramente, eles não tiveram que trabalhar duro para chegarem aqui.

Eu então perguntei por que ele não gostava dessas coisas, e ele disse que o motivo é que ele era mais velho e tinha uma “relação com Deus”, que mostrou para ele como diferenciar o certo do errado. Ele costumava levar esse tipo de vida, mas o abandonou após começar a “caminhar com Jesus”. Ele tinha tanta fé que Deus o ajudaria a conseguir um emprego qualificado que ele pediu a um amigo, que iria de férias ao Brasil, para ir à sua casa pegar um terno para o seu futuro emprego. O terno é, claro, um indicativo de distinção de classe e por isto a importância para ele. Ele explicou:

Cristo está com você todos os dias, nas coisas naturais e espirituais. Tipo, quando estou indo vender meu carro ou trocar meu

visto. Hoje eu tenho um visto de estudante, [então] é difícil conseguir um emprego. Mas eu tenho fé. Eu não olho para as coisas naturais, porque o que você vê te desanima. Porque o que você vê te põe para baixo às vezes. Mas eu consigo ver o que não aconteceu ainda porque tenho fé. Na verdade, eu sei que Deus vai me dar essa oportunidade porque eu confio nele, entendeu?

Ele acreditava não só que Deus lhe daria um emprego, mas também que ele lhe deu apoio para vir para à Austrália e avisaria quando fosse a hora de ir embora:

Minha mãe continua a perguntar, ‘quando você volta pra casa?’. Eu sempre digo, ‘Eu não sei. Minha vida está nas mãos de Cristo. Se Ele me disser para voltar, então voltarei imediatamente’. Porque o que seja que Ele me diga para fazer, sei que é pelo meu bem. Se eu obedecer, terei sucesso. Ele sabe do que eu gosto e acho que às vezes Ele gosta de me agradar. Ele gosta de me ver feliz. Ele está me dizendo, ‘Sim, filho, por agora viva neste lindo país, se divirta surfando nessas fantásticas ondas com seus amigos.’ Então é isso que estou fazendo.

Nessa entrevista fica claro que a crença de João, seu dia a dia, incluindo seu projeto de migração e o desejo de reconquistar seu status de classe média, estão profundamente conectados. João mudou sua forma de viver depois que começou a “andar com Jesus” e acredita que Deus é um bom Pai, que diz como ele deve viver sua vida.

Outros estudantes eram pentecostais no Brasil, mas se rebelaram contra as regras estritas de suas igrejas e deixaram sua fé na adolescência. No entanto, após viverem na “cultura de baladas” da Austrália por meses e sentirem que estão perdendo o controle de suas vidas, eles decidiram encontrar uma igreja. Tome, como exemplo, André, que trancou o último ano da universidade no Brasil para ir para a Austrália. Ele morou em Sydney por cinco anos, primeiro estudando inglês e depois administração em um colégio técnico particular. Ele também trabalhou como operário em canteiros

de obras para se sustentar. Eu o entrevistei no Brasil alguns anos depois de ele ter retornado para ajudar nos negócios de seu pai. Ele me disse:

Você amadurece [na Austrália]. Você percebe a diferença [...] coisas que você não aprecia aqui no Brasil [...] seu pai e sua mãe. Lá, você tem que trabalhar na construção, acordar às 5 da manhã! Você cava buracos; você quebra paredes. Meu Deus! Na Austrália a criança chora e a mãe não vê. E você não pode pedir dinheiro ao seu pai toda hora.

André percebeu sua posição privilegiada depois que se mudou sozinho para a Austrália e teve que trabalhar como operário pela primeira vez. Os pais eram membros de uma igreja pentecostal no Brasil, enquanto ele e seu irmão mais velho haviam deixado a igreja. No entanto, depois de chegar à Austrália, ele logo ingressou na CJC. Ele explicou sua decisão com estas palavras:

Eu pedi a Deus: 'Eu quero encontrar uma igreja e continuar aqui.' Porque na Austrália é tudo tão fácil. Eu me refiro a sair dos trilhos. Muitos brasileiros estão longe de seus pais. Eles não tinham o costume de beber, mas começaram; eles não usavam drogas, mas passaram a usar. Eu tinha medo que isso fosse acontecer comigo.

Ele me explicou que receber dinheiro para renovar o visto o fez acreditar que Deus queria que ele ficasse no país:

Na primeira vez que precisei renovar meu visto, uma amiga me ajudou e foi a partir desse momento que eu percebi que realmente era Deus [querendo que eu ficasse por mais tempo]. Eu não tinha dinheiro para renovar o visto, eu ia voltar para o Brasil. Eu não ia pedir dinheiro para meu pai. Eu pensei: 'Deus, foi difícil chegar aqui, eu não quero voltar agora.' [Eu não tinha ideia de que] minha amiga tinha começado a arrecadar dinheiro na igreja. [Um dia] ela disse: 'Eu tenho o dinheiro para o seu visto' e me entregou um envelope. [Ela me deu] exatamente o valor que eu

precisava. Foi uma atitude muito legal; [a igreja] era como minha família. Nunca aconteceu algo assim comigo no Brasil [...] uma pessoa que eu conheci na igreja! Foi um milagre! Então senti que eu estava destinado a ficar. Eu comecei a chorar, a crer.

Nós podemos ver o papel da igreja como uma família para André, em contraste com a igreja em sua terra natal. Isso porque os brasileiros se mudam para a Austrália sozinhos, sem a família ou amigos, em um momento em que se encontram vulneráveis devido à transição para a vida adulta. Além disso, André deixou nas mãos de Deus a grande decisão que iria determinar o seu futuro: ele deveria ficar na Austrália e continuar no ciclo de constantemente ter que pagar para renovar o visto, executando trabalhos braçais na esperança de ganhar pontos ou um patrocinador para entrar com o pedido de residência permanente? Ou ele deveria desistir “do sonho” e voltar para o Brasil para começar uma “vida de verdade” em um país dominado pelo crime, mas onde estão sua família e amigos? Sem controle do visto para fazer a escolha dos seus sonhos, André, como muitos outros com os quais conversei, confiaram em Deus e passaram a ver os obstáculos em seu caminho para ficar no país, isso é, o regime de governamentalidade (visto, avaliações acadêmicas, empregos, patrocinadores) como algo sagrado para sua biografia.

Em todas essas histórias, nós vemos a comunidade da igreja fazendo o papel de *locus parentis* — fornecendo o apoio moral na ausência dos pais — mas também a ideia muito comum entre estas megaigrejas, de Deus como um pai carinhoso. Frequentar a igreja os apoia como cristãos renascidos e os protege dos perigos de estarem sozinhos num país distante, sem os pais pela primeira vez. Da mesma forma, em seu trabalho sobre os brasileiros em Londres, Olivia Sheringham (2013, p. 127) constatou que os brasileiros viam as igrejas como fornecedores de “uma estrutura moral a ser seguida em contrapartida a uma cidade de prazeres ‘imorais’”.

Tal discurso reforça a noção de “antes” e “depois” evidente em muitas das narrativas de conversão de entrevistados evangélicos. Suma Ikeuchi

(2019), que estudou o pentecostalismo entre nipo-brasileiros no Japão, propõe que a migração e a moralidade estão conectadas. Para ela (2020, p. 6), “A moralidade da mobilidade refere-se à interligação fundamental da mobilidade dos migrantes e da sensibilidade religiosa na reforma da subjetividade entre os itinerantes na diáspora.” Enquanto os migrantes estão longe de suas casas, eles também anseiam por uma casa celestial — o Reino de Deus. Nessa “dupla consciência diaspórica” eles criam novas subjetividades morais. Como Robbins (2010, p. 160-166) observou, o pentecostalismo é preeminentemente uma religião vivida. Quando as pessoas se convertem, elas anseiam romper com seu passado. Elas adotam novos rituais e estilos de vida que são profundamente incorporados e moralmente sancionados, e desenvolvem um relacionamento com Deus na vida cotidiana.

Além de lidar com a falta de supervisão dos pais e com o desgaste emocional de estarem sozinhos pela primeira vez na vida, os jovens brasileiros devem lidar com o rebaixamento de status social na Austrália. Isso é especialmente assustador para eles, dado que o trabalho braçal é um indicador significativo de distinção de classes sociais no Brasil (O’Dougherty, 2002; Goldstein, 2009; Rocha, 2006a, p. 75-78, 141; Rocha, 2006b, p. 149-157). Os dois trabalhos mais frequentes entre os brasileiros na Austrália — faxina, para as mulheres, e ajudante de obras, para homens — é uma fonte de ansiedade em relação à distinção de classe. Como apontado por Goldstein (2009, p. 159), no Brasil, “trabalhadores domésticos são um bom exemplo de capital cultural (Bourdieu, 1984) objetificado como um tipo de produto ou um serviço. [...] Você não pode pertencer à elite sem utilizar esses serviços”.

Durante o trabalho de campo, participei de muitas conversas que sobrepunham o rebaixamento de status social das pessoas e a vontade de Deus. Por exemplo, durante um acampamento religioso de Páscoa de três dias organizado pela CJC, eu estava conversando com duas jovens quando elas começaram a compartilhar sua situação difícil na Austrália. Cláudia, gerente de marketing no Brasil, acabara de chegar ao país e lamentava ter que trabalhar como faxineira. Ela disse: “Eu tinha empregada em casa! Eu

não posso me tornar uma empregada doméstica.” Sentindo-se um pouco envergonhada pela provável interpretação da outra jovem como esnobismo, ela explicou: “Não é que eu ache isso ruim, mas tenho alergia [a produtos de limpeza].” Jéssica, que havia se convertido e se filiado à igreja CJC três anos antes dessa conversa, não teve problemas em admitir que trabalhar como faxineira era um desafio para as pessoas de classe média. Ela respondeu de uma forma motivadora:

Se você está aqui, é porque Deus quer que você esteja. Ele deve ter algum plano para você. Quando cheguei aqui, eu não frequentava a igreja. Me converti aqui. Eu tinha que trabalhar como faxineira. Era uma situação angustiante para mim. Me senti humilhada. Eu odiava! Como resultado, ninguém queria me contratar. [Depois de me converter eu entendi que] Deus estava trabalhando a minha humildade, o meu orgulho. Antes Dele me dar o que eu queria, Ele me deu o que eu precisava. Ele está sempre agindo em nós. Essa viagem, você estar aqui, é para Ele agir em você, te transformar.

Para Jéssica, assim como para muitos outros que conheci, Deus orquestrou seu projeto de migração porque Ele tinha um plano maior em sua vida, que era fazer uma transformação em sua subjetividade e assim ter uma nova vida. Isso explicava suas dificuldades e a humilhação. Na igreja e nos encontros dos grupos de conexão⁶, esses estudantes migrantes aprenderam a reformular a sua jornada física em termos espirituais. A Bíblia ofereceu narrativas de confiança e descanso em Deus. É importante ressaltar que, ao invés de um Deus severo e punitivo, Ele é um pai amoroso que sabe o que é melhor para seus filhos, o que pode significar trabalhar de faxineira e operário e não conseguir a residência permanente na Austrália. Ao colocarem as suas esperanças nas mãos de Deus, eles encontram um espaço intermediário onde permanecem com otimismo e afastam a ansiedade

6 Grupos onde membros da igreja se encontram na casa de um líder para rezar juntos, fazer amigos, se apoiar mutuamente e aprender mais sobre Jesus.

em relação ao futuro. Isso também foi algo enfatizado pelos pastores. Por exemplo, um jovem pastor da CJC, ele mesmo um migrante brasileiro, disse à congregação: “Deus tem um plano para a sua vida. Ele não prometeu tudo o que você deseja, mas sim o que você precisa. Não perca as oportunidades que Jesus coloca em sua vida para viver o Evangelho no dia a dia.”

A história de Marcelo é outro bom exemplo de como os brasileiros de classe média alta chegam à Austrália, sofrem rebaixamento de status social e confiam em Deus para apoiá-los na superação das dificuldades e na recuperação do status de classe média. Marcelo era dono de uma grande loja de óculos em uma região nobre de São Paulo. Ele decidiu ir para a Austrália depois que sua loja foi roubada e a seguradora aproveitou uma brecha no contrato para pagar apenas metade do que lhe devia. Depois de anos trabalhando longas horas para abrir a loja, ele estava exausto e desiludido. Então ele decidiu aproveitar a vida. Aos 28 anos, vendeu a loja e se matriculou em um curso de inglês na Austrália. Assim como muitos outros estudantes brasileiros que entrevistei, ele escolheu a Austrália pelo clima semelhante, pela cultura do surf e pela possibilidade de trabalhar 20 horas semanais. Ao chegar, ele se juntou a outros estudantes internacionais que faziam trabalhos braçais não qualificados. Numa entrevista ele me contou como pediu a ajuda de Deus quando as coisas se tornaram insuportáveis:

Em uma manhã eu estava entregando leite. Eram quatro horas da madrugada, estava caindo o mundo de tanta chuva, e eu tinha que subir uma rua íngreme para entregar o leite na porta de uma casa. Eu disse: ‘Deus, Eu não consigo mais fazer isso!’ Ele respondeu claramente [em meu coração]: ‘Prepare seu currículo para encontrar um trabalho na sua área.’ Montei meu currículo na mesma semana e o enviei para várias lojas. Ele estava me guiando, e eu estava seguindo. A última loja que deixei meu currículo foi a que me chamou, e é onde estou até hoje.

Ele era pentecostal no Brasil, mas abandonou a igreja alguns anos antes da viagem. Depois que chegou, procurou uma igreja onde pudesse

aprender inglês e conhecer jovens australianos. Encontrou isso na C3, uma megaigreja pentecostal Australiana em Sydney, onde ele morava. Lá, aprendeu que ser uma pessoa esforçada não era o suficiente para ter sucesso na vida. Eles precisavam ouvir a Deus e seguir à vontade Dele. Ele me disse:

Sempre fui um cara muito confiante. Sempre acreditei em mim mesmo e Deus fechou as portas para mim. Quando eu disse: ‘Chega, parei’, Ele disse: ‘Agora posso fazer meu trabalho’. E Ele transformou [minha vida]. Hoje sei que tenho que fazer a minha parte, mas se Deus não abrir portas na sua vida, esqueça. Se cheguei onde estou hoje, é por causa Dele. Deus transformou minha vida. Saí do Brasil me sentindo um perdedor, mas três anos depois estou vivendo um sonho muito maior do que jamais imaginei na minha vida.

Nós podemos ver mais uma vez o clichê do sonho associado com a Austrália e a graça de Deus em contraste com a vida difícil no Brasil, que vimos nos capítulos anteriores. Na época da entrevista, Marcelo era gerente de vendas de três filiais de uma loja e seu chefe estava patrocinando-o para a residência permanente. Outros inúmeros entrevistados me falaram que Deus os amava e sabia o que era melhor para eles, o que nem sempre era o que eles queriam (isto é, ficar na Austrália). Eles apenas tinham que ouvi-lo para que Ele pudesse apontar para a direção certa em suas vidas.

Em outra ocasião, o jovem pastor brasileiro da CJC, que perdeu o prazo de inscrição para a residência permanente que mencionei anteriormente, fez um sermão que considerei muito próximo de sua própria experiência de migração para a Austrália. Ele apontou para uma cadeira semelhante a um trono colocada no palco e disse à congregação:

Você não precisa se preocupar com o departamento de imigração, com o visto ou com seu chefe. Basta encostar a testa no chão, orar e descansar nos braços de Deus. Porque quando o governo [australiano] se levanta contra você, quando não permite que você fique, Ele protege você. Nenhum outro trono tomará o lugar de Deus. Em Atos 12:23, Herodes foi morto quando não louvou a

Deus. Nenhum poder terreno pode derrotar Deus. Descanse em Deus. Você não tem controle de sua vida. Que outra evidência você precisa de que perderá para Deus [se lutar contra ele]? É melhor se você entregar sua vida a Deus. Não lute contra Ele. Ele criou você. Ele está no controle de qualquer maneira.

Ele claramente colocou o poder do Estado contra o de Deus e revogou a autoridade do primeiro. Para ele, e para muitos outros com quem falei, Deus controlava totalmente a governamentalidade da mobilidade. Ele poderia fazer com que o departamento de imigração emitisse vistos, mas também negasse vistos se a pessoa fosse destinada a voltar para casa. Através da oração, as pessoas podiam estabelecer um relacionamento com Deus e pedir o que quisessem. Contudo, elas também tinham que ouvir o que Deus queria para suas vidas e seguir as instruções Dele. De qualquer forma, elas já pertenciam ao Reino de Deus, o que era mais importante do que tornar-se cidadão da Austrália. De fato, em outra ocasião, ele citou Isaías 40:29-31 em sua pregação: “Ele fortalece ao cansado e dá grande vigor ao que está sem forças. Até os jovens se cansam e ficam exaustos, e os moços tropeçam e caem; mas aqueles que esperam no Senhor renovam as suas forças. Voam bem alto como águias; correm e não ficam exaustos, andam e não se cansam.” Ele então afirmou:

Desde que cheguei aqui, só tive preocupações. A gente só pensa em vistos, em encontrar trabalho e um lugar para morar. Mas temos que lembrar que somos cidadãos do céu. Tudo isso aqui é passageiro. Nossa casa está em outro lugar. Mantenha seus olhos em Cristo. Não perca a esperança.

Como essas igrejas enfatizam uma ética de sucesso pessoal neste mundo, faz sentido para os estudantes migrantes acreditarem que Deus vai ajudá-los com seus problemas do dia a dia e, se seguirem a vontade Dele, terão sucesso nessa vida, mesmo que isso signifique voltar para casa. Certa vez conheci um jovem brasileiro que, depois de morar seis anos em Sydney, havia adquirido a residência permanente e estava se formando no C3

College. No último semestre, um de seus professores profetizou que Deus tinha um plano para sua vida, que era retornar ao Brasil para abrir uma filial da igreja C3. Ele me disse: “Por meio do Espírito Santo, esse professor profetizou minha vida. Fiquei arrepiado da cabeça aos pés e comecei a chorar. Entendi que era exatamente o que eu precisava ouvir.” Perguntei então se ele não estava chateado porque, tendo finalmente recebido a residência depois de tantos anos de luta, ele tinha que voltar para o Brasil. A resposta dele foi a mesma que outros me deram: “Eu aprendi a nunca priorizar meus desejos. Eu gosto de priorizar a vontade de Deus porque sei que Ele sabe o que é melhor para mim.” À medida que as pessoas sentem que ouvem a vontade de Deus, rendem-se a ela porque Deus tem um plano para as suas vidas. A principal tarefa delas é discernir a voz de Deus dentre tantas outras vozes, um processo semelhante ao que Luhrmann (2012, p. 41) mostrou em sua pesquisa sobre a Vineyard Church, nos Estados Unidos:

Esses cristãos evangélicos não só precisam aceitar a ideia básica de que eles podem experimentar Deus diretamente; eles devem desenvolver as ferramentas interpretativas para fazê-lo de uma forma que possam experimentar autenticamente o que parece ser o pensamento interior gerado por Deus. Eles precisam escolher quais os pensamentos que são os de Deus e aprender a acreditar que realmente são de Deus, não os seus próprios, e eles precisam fazer de uma forma que não prejudique as demandas reais de suas vidas cotidianas. [...] Para um observador, o que impressiona é o quanto essas pessoas trabalham para se sentirem confiantes de que o Deus que fala com eles na mente é o mesmo Deus real e externo que libertou os judeus da escravidão e morreu na cruz.

Da mesma forma, num dos cultos da Hillsong, ouvi um pastor dizer à congregação: “A Bíblia não é um texto histórico; ela é relevante para a sua vida cotidiana.” Nas três igrejas onde conduzi a pesquisa (Hillsong, CJC e C3), durante os pedidos de oração no início dos cultos, as pessoas pediam constantemente orações por vistos, empregos e alojamento, além

das orações mais comuns por cura. Nesse sentido, podemos perceber as formas como o pentecostalismo é uma religião vivida e como esses jovens desenvolvem um relacionamento com Deus e vivenciam Sua presença no dia a dia.

“É Tempo de Descansar em Deus”

Como vimos nas muitas histórias deste volume, todos os estudantes viajaram sozinhos para a Austrália e a igreja tornou-se a sua família. Enquanto os pastores desempenhavam o papel de pais, os congregantes tornavam-se irmãos e irmãs. A forma como os brasileiros participavam dos grupos de conexão da Hillsong nos dá uma boa compreensão de como eles constroem um senso de família. As megaigrejas são muitas vezes impessoais, por isso têm pequenos grupos de conexão que se reúnem fora da igreja, geralmente na casa do líder. Muitos brasileiros na Hillsong preferem participar de um grupo de conexão de brasileiros, já que eles podem falar em português e compartilhar suas preocupações com outras pessoas de sua terra natal.

Como parte da minha pesquisa de campo, participei de um grupo de conexão para brasileiros na Hillsong por dois anos. O grupo se reunia quinzenalmente durante a semana em um apartamento compartilhado por um dos líderes do grupo e dois outros participantes. Todos levavam comida para compartilhar — geralmente uma mistura de comidas brasileiras como um pacote de farofa e pão de queijo e comidas prontas como frango assado, patês e bolachinhas. Normalmente, compravam comida no grande supermercado no térreo do prédio antes de subirem para o apartamento. Eles tinham pouco tempo e dinheiro para preparar algo mais elaborado. Por ser mais velha e ter condições, sempre me esforçava para trazer um prato caseiro que os alimentasse, como forma de retribuir à sua generosidade em me deixar fazer a pesquisa com eles.

Depois de comermos juntos e socializarmos por uma hora, passávamos da mesa de jantar para a sala de estar. A reunião propriamente dita começaria com um dos líderes perguntando: “Como foi sua semana? Você

gostaria de compartilhar algo?” Uma noite, ninguém respondeu voluntariamente a essas perguntas, por isso a líder acrescentou: “Nós somos a sua família aqui. Nossas famílias estão longe no Brasil, então somos uma família. É assim que sobrevivemos aqui. Nós apoiamos uns aos outros.” Encorajados, os jovens começaram a se abrir. Uma jovem nos contou que estava feliz por ter encontrado um lugar para morar. Um homem disse que chegou à Austrália na semana anterior. Ele explicou que tinha morado no país em 2008, estudando inglês durante seis meses. Ele havia retornado ao Brasil, mas sempre quis voltar. Ele então nos disse: “As portas estavam fechadas. Fiz tudo o que pude para voltar, mas nada adiantou.” Ele interpretou isso como Deus lhe dizendo que ainda não era a hora. Agora que finalmente aconteceu, ele decidiu se batizar novamente, desta vez na Hillsong, para que isso marcasse sua nova vida. Entusiasmado, nos contou que o pastor havia marcado a data do seu batismo para o Domingo de Páscoa e, portanto, sentiu que Deus estava preparando esta ocasião especial para ele. Depois de outros terem compartilhado os seus medos, dificuldades e realizações como migrantes temporários na Austrália, a líder resumiu as suas narrativas com estas palavras:

Você ora e pensa que Deus não está ouvindo porque nada está acontecendo. Mas Ele está preparando as coisas. Seu tempo não é o tempo Dele. Deus tem coisas maravilhosas para você. Ele está loucamente apaixonado por você. Ele olha para baixo e vê Jesus em nós. Ele nos ama tanto que desistiu de Seu próprio filho, Sua coisa mais preciosa, por nós.

A vice-líder aproveitou essa deixa para acrescentar:

Eu tenho uma mensagem para vocês hoje. Deus me disse, ‘Minha filha, fique tranquila e saiba que eu sou Deus.’ Há dois períodos na vida: em um você luta pelo que você quer, e você reza para Deus fazer isso por você. É difícil. O outro período é de se render a Deus e deixar que Ele faça as coisas na sua vida. O tempo de Deus não é o seu. Quando as coisas não estão dando certo, pare

de lutar. Não é o momento certo. É tempo de descansar em Deus. Deus tem nossas melhores intenções em mente. No momento certo, Deus abre as portas e as coisas acontecem. Ele é um bom Pai; Ele é um Pai Amoroso. Nós somos seus filhos, e Ele quer ser nosso melhor amigo. Nós devemos perguntar a Deus o que Ele quer para nós; nós temos que perguntar a Ele: ‘O que eu tenho que fazer para ser a pessoa que Você quer que eu seja?’ Se Deus não está lhe dando algo, é porque você não está pronto ainda. Você precisa fazer mudanças em si mesmo antes que Ele possa ajudá-lo. Deus responde se você perguntar, e você deve manter silêncio após sua pergunta. Dê espaço para Deus te responder.

Assim, as líderes do grupo de conexão afirmam que Deus tinha um plano para cada um deles, e eles precisavam ouvir, transformar-se e então “descansar em Deus”, ou seja, ter fé que Ele estava trabalhando tendo em mente seus interesses. Ao encerrarmos a reunião depois de discutirmos uma passagem da Bíblia (que todos lemos em nossos aplicativos de telefone), as líderes nos perguntaram se queríamos orações para nós mesmos e para outros. Como sempre, a maioria das pessoas pediu orações por empregos e vistos de residência permanente, e algumas pediram orações por familiares no Brasil. Então, todos nos levantamos em círculo, demos as mãos, fechamos os olhos e nos revezamos orando pelos outros. Após as orações, abrimos os olhos e nos abraçamos. Começamos então a organizar o apartamento, lavar a louça e organizar caronas para as pessoas voltarem para casa. Eu costumava dar carona, pois a maioria deles não tinha carro. No carro, continuamos compartilhando sobre nossas vidas e sonhos para o futuro na Austrália. Esses rituais quinzenais geravam um forte senso de comunidade por meio da comensalidade, da socialização, da quase terapia em grupo, da oração, dos abraços, do carinho e da limpeza. Através desses rituais os participantes podiam sentir a presença de Deus, fazer parte de sua comunidade cristã e estar presentes tanto no Brasil quanto na Austrália. Eles também estavam envolvidos no cuidado familiar transnacional através da oração. Além dessas reuniões, os estudantes brasileiros estabeleceram fortes laços de amizade morando juntos, participando

de outras atividades na Hillsong, como o voluntariado, e participando de aulas bíblicas, churrascos, festas, jantares, passeios e acampamentos religiosos. Consequentemente, a maioria das pessoas permaneceu na congregação enquanto moravam na Austrália e continuaram amigos através das redes sociais com aqueles que conheceram na igreja, mesmo depois de terem retornado ao Brasil.

Conclusão

Neste capítulo, explorei o papel do pentecostalismo na vida dos estudantes brasileiros na Austrália. Mostrei como o pentecostalismo os apoiou em suas migrações como estudantes. Para eles, Deus era um pai amoroso e um amigo íntimo que está presente nos momentos de necessidade e sabe o que é melhor para eles. Essas igrejas proporcionam uma comunidade atenciosa semelhante à família. Essas características eram particularmente significativas para os jovens que levavam vidas precárias e incertas. Eles estavam passando pela transição para a idade adulta e vivendo longe de sua terra natal e sem as famílias pela primeira vez. Eles também sofriam de ansiedade devido à perda de classe social e por estarem à mercê de mudanças constantes e repentinas na política de migração australiana. Nessa situação altamente estressante, um Deus e uma congregação atenciosos, e a crença num relacionamento pessoal com Deus são importantes para o seu bem-estar.

Em suas narrativas sobre a migração estudantil para a Austrália, os jovens brasileiros entrelaçam a governamentalidade da mobilidade e suas crenças e práticas religiosas. Como cidadãos do Sul Global, foge do controle deles se conseguirão estabelecer-se na Austrália. Assim, eles oram por vistos, empregos e patrocinadores e veem cada obstáculo e conquista como obra de Deus em suas vidas. Para eles, o poder Dele é superior ao do governo australiano e Ele determina se podem ficar ou se devem regressar ao Brasil. É importante ressaltar que a cidadania no Reino de Deus lhes dá um sentimento de pertencimento mais significativo do que o do Estado australiano.

Como são de classe média, esses jovens brasileiros possuíam recursos em seu país de origem e se conformavam em não conseguirem ficar na Austrália, já que muitos abandonaram bons empregos para trabalharem em canteiros de obras e em faxina e enfrentaram muitas dificuldades juntando dinheiro para fechar as contas no final do mês, enquanto possuíam uma vida confortável no Brasil. Alguns estudantes também estavam esperançosos de voltar à Austrália como turistas para visitar seus amigos, o que alguns deles de fato fizeram.

Vivendo um Sonho¹

A história do Hillsong College: por mais de 30 anos, o Hillsong College *impactou, influenciou e cresceu em escala global!* Você pode ter ouvido *histórias* ou até mesmo caminhado pelos corredores do Hillsong College, mas agora poderá ter um gostinho da *aventura completa*. Descubra onde e quando tudo começou, a nossa história e os nossos objetivos.

<https://hillsong.com/college/about> (minha ênfase)

“Você quer participar da Capela?”, a vice-diretora do Hillsong College (City Campus) me perguntou ao final da nossa entrevista. Ela explicou que a Capela era um culto de uma hora organizado pelos e para os alunos nas quartas-feiras de manhã. Era como um treinamento antes de sair mundo afora. Ela iria pregar naquela manhã e gostaria que eu estivesse lá junto com os estudantes. Eu aceitei a oferta com prazer e caminhei junto com ela do café, onde fizemos a entrevista, até o prédio que abriga a igreja e o College no centro de Sydney. Enquanto caminhávamos, muitos alunos passavam por nós, vindos de todas as direções e dirigindo-se à igreja. A maioria dos estudantes internacionais e de outras localidades da Austrália compartilha apartamentos próximos à igreja, sublocados pela Hillsong², e estavam voltando para a escola depois do intervalo matinal.

1 Capítulo traduzido para a língua portuguesa por Caroline Milan Guarnieri, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebechi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

2 A Hillsong tem um sistema de moradia estudantil que subloca acomodações para os alunos do Hillsong College. De acordo com o site do College, as casas perto da sede nos arredores de Sydney são grandes (com quatro quartos) e acomodam de seis a oito estudantes, enquanto os apartamentos perto do City Campus são menores (com dois quartos), e hospedam de quatro a seis alunos. Como consequência, estudantes do mundo todo moram próximos uns dos outros por longos períodos de tempo, criando comunidades cosmopolitas bastante unidas. Para saber mais sobre a moradia, acesse <https://hillsong.com/college/student-living>.

Ao passar pelas portas grandes, nos encontramos em uma recepção muito bem iluminada. Lá, três jovens trabalhavam atrás de um balcão redondo de recepção. Eles nos receberam com um sorriso. Quatro mesas longas de madeira estavam posicionadas em linhas diagonais a partir do balcão, e alguns estudantes usavam seus notebooks enquanto outros conversavam. Olhei para cima e me dei conta de que a agradável luz da manhã que nos banhava vinha de uma claraboia enorme em formato de pináculo ou de pirâmide no teto. Todos tinham vinte e poucos anos e aparentavam vitalidade e saúde; eles pareciam radiantes. Entramos no auditório da igreja e a vice-diretora foi para a coxia. O auditório estava completamente escuro e, por um momento, eu não conseguia ver onde estava. Mas, sem demora, as luzes iluminaram o palco, a contagem regressiva iniciou e então a banda começou a tocar. E foi um completo caos! Muitos alunos se aproximaram do palco e começaram a gritar, pular, bater palmas e dançar com as mãos para o alto. Alguns abriram os braços em forma de cruz num movimento de acolhimento ao Espírito Santo. Um jovem de cabelos compridos levantou a cadeira de plástico por cima da cabeça e a balançou como se fosse atirá-la. Outros levantavam o dedo indicador, mostrando que Jesus é número um, ou o maior.

Depois das canções de adoração, os estudantes se revezaram no palco/plataforma para se apresentar nas diferentes partes do culto. Em certo momento, a mestre de cerimônias chamou uma garota para realizar uma sessão “Out of the Boat”³ (“Fora do Barco”, em tradução livre) — um exercício de pregação que dura três minutos. Sob uma tempestade de aplausos e assobios, a estudante asiático-americana subiu ao palco. Enquanto ia de um lado para o outro, ela nos contou sobre a vez em que foi convidada para pular de bungee jump, mas quase desistiu quando estava prestes a pular.

3 As sessões “Out of the Boat” fazem referência à história em que Jesus convida Pedro para caminhar pelas águas, mas ele começa a afundar por conta de sua fé fraca. Em outras palavras, é uma sessão para depositar a fé em Jesus. Para saber mais, ver “Jesus Anda Sobre as Águas”, em Mateus 14:22-33 (NVI).

Ela comparou aquela ocasião com o momento em que você entrega a sua vida a Deus: “É assustador, mas você tem que fazer,” ela concluiu. O rosto dela foi exibido nos telões no fundo do palco durante todo o tempo. Quando terminou, mais palmas e assobios sucederam. Ela foi uma celebridade por três minutos (o tempo acelerou desde que Warhol nos disse que, no futuro, todos ficariam famosos por quinze minutos). O cristianismo descolado é ser parte da cultura da celebridade não apenas por estar perto de pastores famosos e líderes de adoração, como mostrei no capítulo 1, mas também por poder virar celebridade por um breve momento.

Quando o culto terminou, todos sorriam, se abraçavam e conversavam entre si. Dava para sentir o carinho entre os jovens. Esses estudantes passam por momentos em que se sentem perdidos e com saudade de casa, e se preocupam com as despesas do College: eles e a vice-diretora me disseram isso nas entrevistas e durante as nossas conversas informais. Ainda assim, a manhã inteira me pareceu uma propaganda de cultura jovem. Se estivéssemos nos anos 1980, ela seria uma propaganda típica da Benetton. Havia pessoas de todas as nacionalidades e cores; muitas delas ostentavam tatuagens, e a maioria estava bem-vestida, com um estilo meio hipster — jeans rasgados, camisas de botão fechado até o pescoço, óculos grandes com armação preta, botas, chapéus *boho* e cabelos longos. Como em um comercial da Benetton, eles eram bonitos, alegres, saudáveis, culturalmente diversos e descolados.

Da mesma maneira, a citação sobre o College no início deste capítulo e as fotos no site do Hillsong College também são uma propaganda para pessoas jovens.⁴ Os estudos no College são comparados a uma “aventura” na qual os alunos se juntam aos que vieram antes deles — embora eles “possam ter ouvido suas histórias,” agora “podem ter um gostinho da aventura completa.” Eles serão capazes de fazer parte de uma instituição que tem “impacto global”. O material de marketing do College tem todas as características da marca Hillsong: entusiasmo, euforia e crescimento, além do

4 <https://hillsong.com/college>

impacto e da influência globais. É uma marca que será associada às próprias histórias de vida dos novos estudantes, assim como todas as outras marcas.

* * *

Neste capítulo, discuto as experiências dos brasileiros no Hillsong College, algo que eles constantemente comparam a “viver um sonho”. Estudiosos investigaram a forma com que as megaigrejas mobilizam o trabalho afetivo da congregação com o intuito de crescer (Johnson, 2017; Thumma e Bird, 2015; Twitchell, 2004; Wade e Hynes, 2013). Aqui, eu reflito sobre as experiências afetivas e transformadoras dos jovens brasileiros que moram nos apartamentos do Hillsong College e que chegam sozinhos em Sydney. Tenho interesse na forma como eles incorporam afetivamente a sua subjetividade dentro da igreja e veem a experiência de estudar e servir em tempo integral (ou seja, doando tempo e energia consideráveis à igreja) como “viver um sonho”. Por que eles se sentem assim? Nos capítulos anteriores, vimos como o afeto criou fã-clubes e *mapas de significância* que fizeram com que brasileiros fossem para a Hillsong na Austrália. Nós também vimos como suas vidas se tornam difíceis depois que chegam lá e vivenciam um rebaixamento de status social. Neste capítulo, eu observo um grupo que está mais imerso na igreja do que os brasileiros que frequentam os cultos. Argumento que há muitas razões para que se sintam entusiasmados com o College, embora isso signifique que seu tempo livre seja consumido pelas aulas e pelo voluntariado.

O fato de o Hillsong College focar mais em liderança do que em teologia, combinado com o voluntariado obrigatório, oferece ferramentas para que os brasileiros possam transformar a sua subjetividade enquanto estão fazendo a transição para a idade adulta. Igrejas de buscadores, como a Hillsong, são conhecidas por abraçar o neoliberalismo e o consumismo. Para se tornarem interessantes aos desigrejados, elas adotam as estratégias de mercado das corporações, focando no marketing, na marca

(*branding*), no crescimento e na gestão. E o Hillsong College não é diferente. Anteriormente conhecido como Hillsong International Leadership College, ensina os alunos a se tornarem líderes cristãos de destaque em qualquer área profissional que escolherem. Mas os estudantes aprenderam muito além das estratégias de liderança. Eles aprenderam pontualidade, confiabilidade e excelência, e também que estavam em nível de igualdade com os pastores e os líderes de adoração da igreja. Eles me disseram que esses ensinamentos eram fundamentais para sua vida adulta, para quando começassem a trabalhar.

Nesse contexto, eles aprendem a ser não apenas adultos, mas também sujeitos modernos (Beck, 1992; Giddens, 1991). Em um artigo hoje clássico, Thompson (1967) demonstrou como o tempo do relógio (em oposição ao tempo da natureza), pontualidade, confiabilidade e disciplina se tornaram importantes no início do capitalismo industrial. Essas características eram necessárias para a sincronização e exploração da mão de obra. Ao adquirirem essas habilidades, os jovens brasileiros se sentem apoiados na sua futura entrada no mercado de trabalho. Essa transformação da subjetividade também tem lugar dentro da igreja. De acordo com Giddens (1991), enquanto em sociedades tradicionais os indivíduos submetiam-se a autoridades externas e tinham suas escolhas limitadas por tradições e costumes, na modernidade tardia há menos restrições de comportamento, e a sociedade passa a ser mais reflexiva, enquanto os indivíduos “trabalham” na sua identidade em vez de herdá-las. Por conta dos papéis sociais não serem mais perpetuados, os indivíduos precisam refletir e escolher um “estilo de vida” para poderem criar narrativas para suas vidas (1991, p. 81).

Nas igrejas brasileiras, onde o pastor tem autoridade sobre os fiéis, é muito difícil que os jovens consigam criar autonomia e responsabilidade sobre as suas vidas, uma dinâmica muito similar à do ambiente familiar. Entretanto, a partir do momento que se encontram sozinhos na Austrália, eles fazem parte de uma igreja e de um College culturalmente mais inclusivos e tolerantes para atrair os desigrejados, onde aprendem que têm autonomia para interpretar a Bíblia e para se comportar da forma que desejarem

(desde que esteja de acordo com os ensinamentos bíblicos). A maioria me contou que se sentiram tratados como adultos pela primeira vez na vida. Eles também ficaram muito surpresos e animados ao descobrirem que os pastores famosos e líderes não eram privilegiados. Eles eram, na verdade, iguais a todos que participavam do trabalho diário da igreja, um contraste gritante em comparação ao modo como os pastores brasileiros e os líderes de louvor famosos exerciam poder e privilégio sobre os menos poderosos, como veremos neste e nos próximos capítulos.

Os estudantes brasileiros também demonstraram um desejo intenso por fazer a diferença no mundo. Para eles, estar no College de uma igreja de impacto global e aprender como “fazer a igreja” do jeito Hillsong era uma forma de realizar este desejo. Eu também sugiro que eles consideravam suas vidas no Hillsong College como viver um sonho por causa de seu aspecto cosmopolita. Lá, eles podiam aprender inglês, estudar, dividir quartos e fazer amigos com jovens do mundo inteiro. O fato de o College também focar nas indústrias criativas (dança, louvor, TV e mídia, liderança pastoral e produção) significa que eles podiam se divertir em um curso que acreditavam ser relevante para suas vidas. Por fim, aprender o estilo da Hillsong no College permitia que se sentissem pertencentes à igreja (e à marca) que amavam, que por sua vez passou a ser associada às suas próprias subjetividades, como geralmente acontece com as marcas. Como Wade e Hynes (2013, p. 176) observaram, os frequentadores da Hillsong realizam um “trabalho afetivo e estão envolvidos na produção da sua [própria] subjetividade.” Isso fez com que os horários rígidos e o intenso voluntariado fossem vistos como um investimento em seu futuro e no de suas igrejas do Brasil, as quais eles desejavam transformar.

Em resumo, o Hillsong College suscitou respostas profundamente afetivas dos alunos brasileiros. Aqui, eu considero como essas experiências emocionais são produzidas e qual a sua importância nas vidas desses jovens.

Voluntariado

Thumma e Bird (2015, p. 2338) constataram que enquanto as megaigrejas possuem “pastores seniores com personalidades dominantes”, elas “devem estimular tanto o envolvimento dos leigos no funcionamento da igreja quanto a apropriação da visão e a noção de compromisso por parte deles.” Isso é feito através de um modelo de liderança de grupos do mundo corporativo. Para eles, esse modelo “empodera os voluntários para operarem em grupos pequenos ou como líderes de ministério. Essa dinâmica, por sua vez, os treina e oferece oportunidades para porem a liderança em prática, o que também pode ser replicado na vida fora da igreja.” Outros estudiosos não possuem uma visão tão otimista do voluntariado. No estudo sobre a Mars Hill, nos Estados Unidos, Johnson (2017, p. 160) fala sobre como os voluntários doam seu trabalho emocional, físico e espiritual para transformar pastores em celebridades e para tornar a megaigreja uma “experiência sem igual”. Ela aponta o custo nas vidas dos voluntários porque são frequentemente ignorados e seu trabalho não é reconhecido. Isso também pode levar a abusos (sexual, emocional, espiritual e físico), como os praticados pelos pastores Mark Driscoll, da Mars Hill; Bill Hybels, da Willow Creek; James MacDonald, da Harvest Bible Chapel e Carl Lentz, Brian Houston, e outros da Hillsong.

De fato, na Hillsong, os voluntários e seu trabalho afetivo são uma parte significativa da marca e do crescimento massivo da igreja. De acordo com Wade e Hynes (2013, p. 176), “Na medida em que a Hillsong é um empreendimento teológico e capitalista, a congregação de fiéis funciona como um grupo de trabalhadores afetivos da igreja.” Sempre sorridentes, eles estarão guiando você a uma vaga de estacionamento, dirigindo o ônibus entre a estação de metrô e a igreja antes e depois dos cultos, recebendo você nos portões da igreja e o guiando para os assentos vagos, na recepção, na cafeteria, na loja, atrás das câmeras e da mesa de som, traduzindo o culto para diversos idiomas, dentre uma infinidade de outras funções.

A quantidade excessiva de trabalho voluntário que as congregações dos Estados Unidos e do Reino Unido demandam veio à tona com a demissão do pastor celebridade Carl Lentz e as consequências disso na filial de Nova Iorque, no fim de 2020. Uma história veiculada pelo *The Post* (Frishberg, 2020) dizia que:

‘É como se você trabalhasse para uma empresa grande – só que pior’, disse Nicole Herman, que ajudou a fundar a Hillsong de Los Angeles em 2013, ao *The Post*. Herman alega que o ‘abuso de voluntários, pessoas reais e incríveis’ por líderes da Hillsong para satisfazer suas ‘necessidades mesquinhas’ (uma prática chamada de *honoring*, ou seja, honrar) a lembram de macarrão instantâneo: os líderes acham que podem só adicionar água, sem nenhum investimento emocional, e vão receber um rebanho de trabalhadores leais que não são remunerados.

Um antigo pastor da Hillsong do Reino Unido (Jobes, 2022) comparou o trabalho na igreja à escravidão em seu blog:

Os voluntários trabalham sem parar; eu sempre passava das 20 horas semanais de voluntariado, além do meu emprego em tempo integral, e nunca era o suficiente. Sempre havia mais demanda. E o trabalho sem remuneração não é só na organização dos cultos, os estagiários sempre eram encarregados da limpeza, do jardim e de diversas outras tarefas nas casas dos pastores.

Para os alunos do Hillsong College, o voluntariado é obrigatório. Na teoria, é onde eles põem em prática o que aprendem no College. Miller (2015, p. 244) observou que “Frequentar o Hillsong College [...] requer muito sacrifício de tempo e de dinheiro, sem a garantia de um emprego no final.” Durante as conversas com estudantes brasileiros, ficou evidente que o trabalho voluntário exige uma quantidade excessiva de tempo e de energia. Espera-se que os alunos entrem em contato com pessoas que visitaram a igreja recentemente para saber se estão bem e convidá-las a voltar à igreja. Eles também devem trabalhar nos cultos aos finais de semana, além do

“Sisterhood” e do “Hillsong Men” (eventos semanais voltados para mulheres e homens, respectivamente), nos espetáculos de Páscoa e de Natal, e em outros eventos internos. Eles também servem em eventos maiores, como a “Colour Conference”, para mulheres, e a “Hillsong Conference”, realizadas anualmente. Esta última é particularmente exaustiva para os alunos do College. Um ônibus sai de manhã cedo da estação central ou da sede da igreja, em Baulkham Hills, e vai até o Parque Olímpico de Sydney, onde a conferência acontece, e volta tarde da noite. Na conferência, os alunos são divididos em equipes e muitos deles não conseguem participar das atividades, pois estão trabalhando nas lojas e na cozinha. A presença em todas essas atividades “práticas” é cobrada e os estudantes que faltarem devem compensar as horas perdidas.⁵

Em 2021, enquanto a Hillsong estava enterrada em escândalos sexuais e financeiros, a mídia expôs um caso de assédio sexual que um líder de pregação da igreja cometeu no Hillsong College.⁶ Também houve reclamações na página do Facebook de ex-alunos. No momento da inscrição, por exemplo, os estudantes devem assinar um termo de confidencialidade e são entrevistados sobre sua vida sexual. A Hillsong utiliza as informações dessas entrevistas para posicionar os alunos em um sistema de cores que os autoriza (ou não) a trabalhar com crianças. Para lidar com essas reclamações e escândalos, a Hillsong contratou um renomado escritório de advocacia para realizar uma revisão confidencial das políticas internas do

5 Para saber mais, acesse <https://trainers.hillsongcollege.edu.au/category/trainer/academic/>.

6 Em 2021, dentre os escândalos que vieram à tona na Hillsong, um líder de louvor, filho do chefe de Recursos Humanos da igreja, assediou sexualmente uma aluna norte-americana do Hillsong College enquanto estava bêbado. Embora ela tenha denunciado o ocorrido, o caso só foi investigado quando seu pai, pastor, pressionou a igreja e expôs o caso na mídia. O agressor se declarou culpado em um tribunal de magistrados, mas retornou à igreja algum tempo depois. Para saber mais, acesse <https://www.news.com.au/lifestyle/real-life/news-life/hillsong-abuse-victim-slams-heartbreaking-response-frombrian-houston/news-story/c65f0124eed1d908529e8589daa17d94>.

College. Esse relatório vazou para o *Crikey*, um veículo de comunicação australiano, que expôs (Hardaker, 2021):

Uma descoberta importante diz respeito à exploração de estudantes como mão de obra gratuita para outras atividades da Hillsong, como as conferências. Como o *Crikey* já relatou anteriormente, o modelo comercial da Hillsong depende significativamente de mão de obra gratuita — cerca de 5.790 voluntários trabalham em diversas funções e atividades, como as conferências e os cultos. As produções musicais — que dão a marca registrada dos cultos da Hillsong — são quase inteiramente realizadas por voluntários, com mais de 1.800 funcionários não remunerados. O relatório, que data de três semanas atrás, diz que ‘vários ex-alunos’ demonstraram preocupação sobre ‘uma expectativa de voluntariado’ muito além dos compromissos acadêmicos e práticos do curso.

Depois que esse relatório veio a público, a Hillsong divulgou um comunicado afirmando que atuaria na criação de “um conselho de representação estudantil, com estudantes eleitos e nomeados para facilitar a comunicação sobre os assuntos de maior importância e preocupação para o corpo discente”⁷. A megagreja também iniciou uma campanha publicitária nas redes sociais com alunos e ex-alunos exaltando as experiências que tiveram por lá.

Dos mais de 20 brasileiros com quem conversei, apenas uma ex-aluna mencionou que o trabalho no Hillsong College era excessivo. Ela serviu na Hillsong por dois anos, mas decidiu estudar no Alphacrucis (o College oficial da rede de igrejas pentecostais da Austrália, a Australian Christian Churches), em vez do Hillsong College, por causa da quantidade de serviço voluntário exigido. Ela disse:

7 Para saber mais, acesse <https://hillsong.com/newsroom/blog/2021/08/hillsong-college-looks-to-the-future/#.YSh2CY77Sbg>.

Eu acho que o voluntariado no College é muito exagerado; não dá para trabalhar fora [e receber um salário]. Na verdade, eu acho que é loucura. Mas eles [os alunos] estão tão felizes, não estão? Às vezes eu acho que eles são um pouco ingênuos, sabe? Teve uma vez que eu trabalhei na conferência e quase morri. Eu ficava na porta ajudando. Achei que [o número de horas] era absurdo; é muito trabalho. Eu não acho que alguém consiga aguentar, mas eles são jovens, acho que essa é a diferença. E eu acho que quando você é mais velho, fica mais crítico com as coisas, mais seletivo.

Portanto, para ela, a pouca idade dos alunos significava que eles tinham mais energia e não possuíam pensamento crítico sobre a situação em que foram colocados. Todos os alunos que entrevistei tinham em torno de 20 anos quando foram para a Austrália, então o argumento dela faz sentido. Ainda assim, sugiro que não é só isso. Foi a pouca idade deles que fez com que a experiência no Hillsong College fosse um momento importante na transição para a vida adulta, como veremos nas próximas seções. Ademais, enquanto serviam, eles sentiam que estavam aprendendo a fazer a igreja do jeito Hillsong, o que seria proveitoso na volta para casa, pois sonhavam que poderiam transformar as suas igrejas. No estudo das megaigrejas como instituições educacionais, Cartledge (2020, p. 184) alegou que:

Não se trata só do que as pessoas sabem e quais habilidades desenvolvem, mas também *o tipo de cidadãos que se tornam*. As megaigrejas oferecem oportunidades que ajudam a moldar indivíduos e comunidades. Esse aspecto do aprendizado costuma ser esquecido na análise das megaigrejas, mas é imensamente importante para esses indivíduos e para nós, quando refletimos sobre a contribuição dessas instituições.

Nas seções seguintes, veremos como o tempo que passaram no Hillsong College os transformou e o que eles ganharam com essa experiência.

Tornando-se Adulto

Ainda que o trabalho voluntário seja cansativo, talvez haja benefícios para os jovens. Pesquisadores australianos descobriram que, na maior parte das vezes, o que motivava os jovens a fazerem trabalho voluntário era: a ajuda ao próximo, o crescimento pessoal, o reconhecimento de competências e a melhora das perspectivas de emprego (Mason et al., 2010). Os brasileiros listaram essas mesmas razões quando perguntei por que ficavam felizes de se voluntariar no Hillsong College. Como vimos no capítulo anterior, essa era a primeira vez que os jovens brasileiros estavam longe de suas famílias e de seu país. Brasileiros de classe média só saem de casa depois que terminam a faculdade e passam a trabalhar em tempo integral. Os empregos que exigem pouca qualificação — como os de servir em cafés e restaurantes, que no Norte Global normalmente são exercidos pelos jovens enquanto estudam — no Brasil são ocupados pelos setores de classe baixa, então acabam sobrando poucas oportunidades de emprego para esse grupo. Além disso, os jovens não aprendem a cozinhar, limpar e a fazer compras para a casa enquanto moram com os pais, dado que essas atividades são realizadas por empregadas domésticas ou pelas mães.

Os estudantes brasileiros normalmente se matriculam no Hillsong College depois de terminarem o ensino médio ou durante a faculdade. Eles estão próximos da vida adulta e, para a maioria, esse tempo na Austrália e no Hillsong College é como um “intercâmbio”, um rito de passagem em que os jovens de classe média aprendem inglês e se tornam adultos independentes e cosmopolitas. Como vimos no capítulo 1, a Hillsong abre espaço para o crescimento pessoal na era neoliberal, assim como as outras igrejas de buscadores. Os cultos visam encontrar a solução de problemas cotidianos das pessoas por meio da Bíblia. A igreja também atua como uma marca e estimula o consumo através da venda de produtos como livros escritos por pastores, gravações das pregações, bíblias, canecas e roupas. O foco que o College dá para a liderança, uma característica das megagregas, já

que adotam elementos do mundo corporativo, também faz parte da relação com o neoliberalismo. Carlos, um aluno do segundo ano, observou:

O nome já diz [tudo], é o Hillsong International Leadership College. É uma escola de liderança que se fundamenta na Bíblia. As aulas de liderança que temos não são voltadas somente para a igreja, tanto que utilizamos materiais que vêm de fora. Não sei se você conhece o John Maxwell⁸. Ele escreve sobre liderança [...]. Por exemplo, no primeiro ano nós temos uma disciplina que é Liderança Pessoal. Nela, nós montamos um plano de desenvolvimento individual de cinco anos. Em cinco anos eu quero perder 10kg e correr 16km. Qual é o seu objetivo para daqui um ano, três meses? O que você vai fazer amanhã para poder alcançar isso? Isso se aplica a qualquer área da vida, não apenas dentro da igreja.

Os exemplos de Carlos (perder peso e correr) mostram como os estudantes são encorajados a refletir sobre o futuro, algo que não seria ensinado a um grupo de alunos de meia-idade. Carlos explicou:

Eu acho que a razão pela qual os brasileiros vêm para cá é que o Hillsong College não só ensina a teoria, mas também a *prática*. Eles não estão focados só na teologia, mas na habilidade de levar para a vida o que aprendemos no dia a dia. Eu acredito que o Hillsong College pode ser bom para qualquer um porque ele oferece uma noção de *liderança pessoal*, de organização diária, de planejamento de metas e tudo mais.

Segundo Carlos, o College é atraente para os brasileiros não por causa do estudo da teologia, mas pelo foco em liderança e pela ajuda que oferece

8 John Calvin Maxwell (nascido em 1947) é um autor norte-americano, conferencista e pastor que escreveu diversos livros centrados principalmente em liderança, incluindo As 21 irrefutáveis leis da liderança e As 21 indispensáveis qualidades de um líder. Seus livros já venderam milhões de cópias, com alguns na lista de mais vendidos do New York Times (https://pt.wikipedia.org/wiki/John_C._Maxwell)

aos jovens no gerenciamento de suas vidas quando se tornarem adultos. Uma explicação parecida foi dada por outro aluno:

Eu acho que é porque eles não têm só a mentalidade de criar cristãos, no sentido de ‘Ah, eu quero que todo mundo seja missionário.’ Eles têm uma mentalidade de criar pessoas capacitadas. Tanto que o lema [do College] é [...] ‘para todas as esferas da vida’, não só a igreja. Administração, direito, medicina [...] se você tiver mais habilidades de liderança, pode ler as pessoas e resolver situações com maior facilidade. Então eu acho que eles não estão pensando só na igreja, mas na vida das pessoas em geral.

No guia do curso, a Hillsong também coloca o aspecto transformacional do aprendizado em liderança acima dos ensinamentos cristãos. De certa forma, o College se apresenta como uma “escola de etiqueta” moderna que ensina competências aos jovens que já saíram do ensino médio. É lá que eles aprendem a causar impacto no mundo:

O Hillsong College oferece *formação transformadora e treinamento em liderança*. No coração da Hillsong Church, *you will learn about life, leadership and ministry alongside leaders who are changing the world*. Em uma combinação de aprendizado em sala de aula, experiência prática no ministério e a comunidade vibrante do College, você está na posição ideal para *desenvolver uma vida com propósito e transformação*. Os nossos alunos fazem a diferença em *diversas esferas* ao redor do mundo, *including ministry, administration, education, health and various forms of entrepreneurship with creativity*. Venha e faça parte dessa *adventure*! (Guia de Curso do Hillsong College, 2022/2023, p. 11, minha ênfase)

Cláudia é um ótimo exemplo de como o College ajuda os alunos na transição para a vida adulta e como isso molda suas subjetividades através do trabalho voluntário. Ela tinha 28 anos quando a entrevistei no Brasil. Ela foi estudar no Hillsong College aos 19 e ficou lá por três anos. Depois do primeiro ano de faculdade, assim como acontece normalmente nas famílias

brasileiras de classe média alta, sua mãe sugeriu que tirasse um ano para melhorar o inglês e aprender outra cultura. Ambas eram fãs do Hillsong United, então quando Cláudia sugeriu ir para o College, os pais aceitaram de bom grado. Vários fatores deixam claro como a família pertence à classe média alta: o foco na educação, a vontade de Cláudia de viver no exterior e do fato de seu pai ter coberto todas as suas despesas na Austrália para que não precisasse trabalhar. Ela refletiu sobre as experiências no College dizendo que:

Eu aprendi tudo lá. A Hillsong, como igreja, me moldou em todos os aspectos. E não apenas na cristandade. Eu tinha uma vida limitada no Brasil. Então a experiência na Hillsong me moldou como pessoa, como líder, como membro da minha família, como futura mãe, como filha. Tudo isso foi moldado pela Hillsong e pela Austrália.

Ao dizer que levava uma “vida limitada no Brasil”, Cláudia dá a entender que o tempo que passou no College expandiu seus horizontes e ofereceu a ela uma vida que poderia ser diferente da que tinha antes. Essa vida “ampla” proporcionou uma nova subjetividade no momento crucial em que se tornava adulta. Quando perguntei o que, exatamente, ela aprendeu na Hillsong, ela contou a história de uma menina superprotegida pelos pais. Como vimos anteriormente, essa superproteção é comum nas famílias de classe média alta no Brasil. Ela explicou:

Eu achava que era antissocial. Hoje eu sei que sou introvertida; isso é uma característica da minha personalidade e ainda assim eu tenho algo a oferecer aos outros. A Hillsong abriu a minha cabeça. Eu aprendi tanta coisa! Eu não achava que tinha algo para oferecer, mas hoje eu sei que tenho. Eu sou uma pessoa que nasceu para servir; eu amo servir. Eu aprendi a servir. Lá eu aprendi a estabelecer meus limites, a perceber o quanto eu posso deixar as pessoas me sugarem; quando preciso dizer: ‘Ah, isso não é legal na nossa relação’. Eu aprendi limites. Lá eu aprendi tudo... a vida cristã [...]. Eu não tinha uma identidade estabelecida. Minha

mãe me mimava; ela fazia tudo por mim. Eu não tinha disciplina nenhuma. Os brasileiros não saem de casa até os 30. De modo geral, nossos pais não nos preparam para sair de casa. Minha mãe não me preparou.

Foi na Hillsong que ela percebeu que amava servir, ou seja, fazer trabalho voluntário, e ao aprender a servir ela descobriu o próprio valor. Ela também citou a vida cristã na lista de coisas que aprendeu no Hillsong College, demonstrando que além de aprender teologia, essa experiência lhe forneceu ferramentas para que se tornasse adulta. Cláudia explicou que, ao contrário de sua vida no Brasil, ela foi tratada como uma adulta responsável pela primeira vez. Ela disse:

Aqui no Brasil, você aprende mais o que não fazer como cristão: não pode beber, não pode pecar, não pode sair com amigos que bebem ou fumam, não pode dançar, não pode ouvir música [secular]. Tem muito ‘não pode’. Depende de igreja para igreja. [Por exemplo], na Assembleia de Deus eu era uma pessoa ruim só porque cortava o cabelo! Como cristã, havia muita coisa que eu não podia fazer porque o pastor não deixava. Não Deus, o pastor! E na Hillsong eu comecei a ver o que Deus diz e a interpretar aquilo. Na Hillsong meio que dá para fazer qualquer coisa, mas você tem que saber o que é bom para você e o que não é. [Eu senti que] *pela primeira vez eu passei a ser tratada como adulta.*

Em comparação, ela exaltou o trabalho voluntário que fez no College e na conferência da Hillsong como uma forma de aprender a cultura da igreja e como ser uma “cristã de verdade”.

A primeira equipe que a maioria dos alunos trabalha [como voluntários] na conferência [da Hillsong] é chamada de ‘equipe de excelência’. Mas por que a equipe que limpa os banheiros é chamada de equipe de excelência? Porque tudo é excelência. Tudo tem que ser feito com grandiosidade, com amor. O lema [da Hillsong] é ‘Ame a Deus, ame as pessoas’. As pessoas pensam: ‘Eu vim aqui para aprender a ser pastor’. ‘Não, você veio

aqui para aprender a servir as pessoas. Esse é o seu objetivo para o resto da vida. Servir as pessoas.” E como nós servimos? Com excelência. Sempre.

Podemos perceber que Cláudia aprendeu a ser uma pessoa responsável que possuía um pouco de poder de decisão perante o pastor e a igreja. Em vez de se submeter aos caprichos do pastor, ela podia interpretar a Bíblia e decidir por si mesma o que seria apropriado para a sua vida. Ela também associa o amor ao próximo com o ato de servir com excelência. Tudo isso faz parte da marca Hillsong, como veremos na próxima seção. Cláudia resumiu essas ideias dizendo que: “Uma coisa que você aprende na Hillsong e na Austrália é que você é responsável pela sua própria felicidade, pela sua própria vida, pelas coisas que acontecem na sua vida.” Cláudia foi transformada pelo tempo que passou na Austrália e no Hillsong College. Longe da sua igreja e da família, onde era tratada como criança, ela pôde se tornar adulta e se estabelecer como sujeito moderno. Ela parou de seguir a tradição e autoridades externas (como o pastor) para poder refletir sobre a própria vida e escolher como viver e no que acreditar. Sua subjetividade é influenciada pelo neoliberalismo à medida que ela se percebe como indivíduo autônomo responsável pela própria vida e felicidade. As restrições estruturais da sociedade não parecem ser visíveis para ela.

Outro aluno enfatizou o mesmo ponto em relação a se tornar um indivíduo autônomo no College, quando comentou que:

Quando eu fui para Austrália, eu era seguidor de Cristo, mas voltei como discípulo. [...] É porque quando você segue, você segue independentemente das suas crenças, mas quando se torna um discípulo, você compreende os ensinamentos.

Como todos os outros alunos, ele elogiou o estímulo da Hillsong para que os jovens pensem por si mesmos:

Se você assistir às pregações, vai ver que eles citam pontos importantes do que a Bíblia diz para que você encontre a sua própria

verdade. [Eles não dizem:] ‘tá certo, tá errado’. É uma igreja que não força nenhuma doutrina sobre você. ‘Ah, isso é o que acreditamos, é o que você tem que seguir.’ Não. Você tem liberdade total.

Eu ouvi os alunos brasileiros frequentemente descreverem a igreja deste modo. Entretanto, vale lembrar que embora seja uma igreja de buscadores e, portanto, mais inclusiva, ela ainda é uma igreja pentecostal. Como mencionei anteriormente, no momento da matrícula os alunos devem assinar termos de confidencialidade e contratos afirmando que não vão beber, fumar, usar drogas ou fazer tatuagens. Se os fizerem, poderão ser expulsos. Isso foi discutido com inquietação na página do Hillsong College no Facebook, como já foi citado no texto. Quando perguntei aos alunos brasileiros se eles se sentiam reprimidos por isso, me disseram que era compreensível o College solicitar essas assinaturas, pois ele tem o dever de cuidar dos alunos para suas famílias. Um ex-aluno justificou: “Por que a Hillsong faz isso? Porque os pais confiam que seus filhos retornarão da mesma forma que chegaram. Imagina se eles chegam em casa bêbados, tatuados, com piercing, usando drogas?” Outro me disse:

Muitas pessoas têm tatuagens. O Brian [Houston] já nos disse que não gosta delas. Um cara fez uma tatuagem e [o Brian] chegou e falou, ‘Você quer fazer tatuagem? Tudo bem, você pode fazer, mas essa é a minha plataforma, e eu não quero você mostrando isso. Cubra!’ Não que seja pecado. Ele não disse que é pecado. Ele não diz que beber é pecado [...] mas ele é um cara tradicional. Se ele deixa [as pessoas fazerem o que quiserem]... Imagina? Ia ser uma bagunça!

Acredito que, como os brasileiros vêm de uma cultura pentecostal muito mais conservadora, eles acham que as regras impostas pela Hillsong são razoáveis. Conversei com docentes do Alphacrucis College que foram professores de diversos brasileiros (a Hillsong possui uma parceria com o Alphacrucis College e recomenda o bacharelado em teologia após três anos

no Hillsong College, que é apenas uma escola técnica). Eles me disseram que era difícil para esses alunos aceitarem a abordagem mais crítica (e liberal) da Alphacrucis. As discussões incluíam pontos de vista mais progressistas sobre homossexualidade, aborto e a teoria da evolução. Em várias ocasiões, o desconforto dos alunos brasileiros gerou tensão nas salas de aula. Os professores tiveram que criar um equilíbrio entre o ensino de pensamento crítico que o bacharelado em teologia exigia, e a vontade de evitar problemas para os alunos quando voltassem às igrejas de seu país. Um professor comentou: “A teologia conservadora do Brasil foi desafiada pela nossa liberdade acadêmica [...] e eles não souberam lidar com isso.” Outro disse:

Alguns dos feedbacks que nós recebemos são de alunos muito gratos por serem expostos a isso. Foi um grande desafio, mas eles sentem que puderam crescer. [...] Ao mesmo tempo, alguns deles resistem e depois pensam, ‘Ah o College [da Alphacrucis] não é para mim’, e desistem.

Portanto, embora os alunos exaltem o Hillsong College por ensiná-los a pensar por si mesmos, esse movimento de uma cultura cristã conservadora para outra mais liberal não acontece sem conflitos.

Aprendendo Excelência e Deixando o “Jeitinho” de Lado

Todos os brasileiros associados à Hillsong — tanto pastores, quanto alunos e visitantes — elogiaram o foco em excelência da megaigreja. Riches (2010) observou que a excelência é uma característica essencial da marca Hillsong. Os valores elevados para a produção dos cultos, a sede corporativa com as últimas novidades em tecnologia, as “marcas de tecnologia utilizadas (apenas Apple), e a marca das garrafas d’água na sala dos bebês,” como citado por Klaver (2021, p. 55), tudo denota a preocupação da Hillsong em exalar “excelência” em cada detalhe. Como vimos no capítulo 1, o foco em excelência faz parte da intenção da Hillsong de atrair os jovens que se

acostumaram com a alta tecnologia do mundo secular. Mas isso também faz parte da Teologia da Prosperidade, que é associada ao sucesso e à abundância. Em uma entrevista, a vice-diretora do Hillsong College usou uma justificativa teológica para o foco em excelência:

Tudo se resume a [...] trazer minha excelência para esse encontro como uma forma de conferir valor a você e ao tempo que passamos juntas. A excelência não é uma fórmula [...]. Excelência é dar o seu melhor [...]. Deus deu tudo de si por nós. Assim como Ele entregou o próprio filho, Ele não se reteve, e Ele fez isso para que pudéssemos ter uma relação com Ele, e apenas isso. Deus não se poupou, então por que deveríamos nos poupar?

Os brasileiros apreciam a excelência porque a associam com modernidade e com o Norte Global, que é visto como perfeito. Um brasileiro uma vez me disse em uma conversa na igreja, em tom de brincadeira, mas também de admiração: “Até o papel higiênico é excelente na Hillsong.” Quando você vem de uma sociedade na qual todo e qualquer detalhe — o cabelo (encaracolado ou liso, preto/castanho ou loiro), os sapatos, a alimentação, o tipo de corpo, o carro — é um marcador de classe (e raça, pois elas frequentemente estão ligadas uma à outra), a brincadeira sobre o uso de papel higiênico de alta qualidade faz muito sentido. Ademais, a excelência se opõe ao tal “jeitinho brasileiro”, um sistema de favores mútuos em que as pessoas contornam regras e leis como favor a outros. A sociedade brasileira está sobrecarregada de burocracias, regulamentos e desigualdades na aplicação da lei. Para contornar essa situação, o povo brasileiro normalmente utiliza o jeitinho como recurso de poder (DaMatta, 1991; Levine, 1997; Duarte, 2006). Muitos desejam se desvencilhar desse comportamento, pois o veem como a raiz dos problemas que atrasam o país. Eles anseiam pela excelência como um sinal de modernidade e desenvolvimento. A forma como a Hillsong utiliza isso no dia a dia realça o seu status na percepção desses brasileiros, como mencionado no capítulo 2.

Gustavo estudou no Hillsong College por três anos, e disse que não foi fácil aprender a excelência porque veio da cultura do jeitinho:

Porque a gente vem da cultura do jeitinho. É um processo. Porque você se sente meio preguiçoso [para fazer as coisas até o fim]. Foi uma das coisas que eu tive que aprender na igreja e trouxe para minha vida. Por exemplo, quando você enche a forma de gelo. Eu morava com outras pessoas; éramos quatro e eu era o único brasileiro. Eu costumava pegar o gelo e não encher a forma de água. Você percebe? Eu era preguiçoso demais para gastar dez segundos do meu tempo e ser excelente. Eu esvaziei a forma? Então encho de novo em dez segundos e coloco de volta. Demora dez segundos para fazer isso. É assim que funciona. *Essas coisas pequenas da igreja afetaram a minha vida.* Leva dois minutos para fazer algo. Se você terminou de fazer, se pergunte: ‘Ficou excelente?’.

O ensino de excelência pela Hillsong faz com que todos os alunos brasileiros assumam que isso é um valor central da cultura australiana, fato frequentemente mencionado por eles. No entanto, a cultura australiana é vista pelos australianos como “descontraída”, ou “tranquila,” em que as pessoas dizem: “She’ll be right, mate” (“Ah, nem esquentar”, em tradução livre), ou seja, não está perfeito, mas está bom, e as coisas vão se ajustar com o tempo.⁹ Dessa forma, essa sobreposição da Hillsong com a Austrália (como se ambas exaltassem a excelência) diz mais sobre como os brasileiros veem o Norte Global e o que eles esperam dele, do que da cultura australiana. Por exemplo, Patrícia estudou no Hillsong College por um ano e retratou diferenças entre a cultura brasileira e as sociedades do Norte Global. Enquanto falávamos sobre a inauguração da Hillsong em São Paulo, que estava próxima, ela tinha certeza de que a falta de responsabilidade e o jeitinho criariam obstáculos para a igreja. Ao aprender a ser dedicada, a

9 Para saber mais sobre a identidade nacional australiana, ver Elder (2007).

cumprir regras e a dar o seu melhor no Hillsong College, ela percebeu que os brasileiros desconheciam esses conceitos.

Eles [na Hillsong] têm uma mentalidade gringa, uma mentalidade de excelência no serviço, de compromisso, uma mentalidade de que se você diz que vai fazer uma coisa, você tem que fazer direito e com responsabilidade. *Essa é uma cultura que eles têm no exterior*, e é muito forte lá [na Hillsong]. É o que eles ensinam para os alunos. Foi lá que eu aprendi e tentei trazer um pouco para cá, mas os brasileiros não são assim. Se eles querem ir pro cinema no domingo à noite [quando geralmente tem culto], eles não vão ligar pro líder [de ministério] e falar: ‘hoje eu não vou poder ir por conta disso e daquilo. Eu pedi para um cara me substituir.’ Não, eles simplesmente não aparecem, e aí não tem ninguém lá na hora certa. A Hillsong é bem rígida nisso. Então [quando eles abrirem no Brasil], vai ter muita gente sem saber o que fazer e não vai funcionar do jeito que eles querem. Eu acho que eles estão demorando para abrir aqui por causa disso.

Dado que pontualidade, compromisso e confiabilidade não fazem parte da cultura brasileira, estes precisam ser ensinados aos calouros brasileiros (e aos voluntários quando a igreja estabelecer uma filial no Brasil, como veremos no capítulo 7). Conversei com um aluno brasileiro do Hillsong College que foi encarregado de ajudar seus compatriotas calouros. Ele disse que deu dez conselhos para eles:

Nós tivemos uma sessão sobre cultura [australiana]... tipo o que temos que mudar [em nós mesmos] aqui. Foi muito legal porque eu apresentei isso para eles de um jeito engraçado, como os ‘Dez Mandamentos’ para brasileiros no College. Eu falei: ‘número um: o despertador é amigo; não tem horário de brasileiro aqui. Se a aula começa às 14:30, estejam lá às 14:25, cinco minutos antes da aula. Não se atrasem, porque isso não faz parte da cultura australiana. É socialmente aceitável se atrasar cinco ou dez minutos no Brasil, mas aqui não; é desrespeitoso, então não se atrasem.’

Dois aspectos são importantes aqui. Primeiro, como Patrícia (e muitos outros citados no capítulo 2), esse estudante sobrepôs as culturas da Austrália e da Hillsong (ambas supostamente exigem pontualidade e responsabilidade) e as comparou com a brasileira (que não possui essas características). Segundo, ele ser nomeado para auxiliar os brasileiros recém-chegados mostra que, embora haja uma hierarquia na igreja, sua base é flexível e liderada por voluntários. É a partir desses pequenos postos (de serviço) que os alunos brasileiros se sentem levados a sério, adquirem habilidades de liderança e aprendem pontualidade, confiabilidade e excelência. Em resumo, eles sentem que o College os prepara para a vida como adultos de sucesso e sujeitos modernos.

Mudando o Mundo

Em uma pesquisa sobre jovens cristãos na Escócia, Vincett et al. (2012) concluíram que o secularismo, a pluralização, a relativização e a expansão do capitalismo de consumo dos últimos 40 anos evidenciam a mudança da forma como os jovens cristãos se relacionam com a religião. Em vez de privilegiar crenças, os jovens estavam mais interessados em praticar a cristandade no dia a dia e em se envolver com o mundo secular. Eles se voluntariam para atuar em causas sociais e “defendem a justiça social e aceitam outras pessoas sem preconceitos ou restrições” (2012, p. 282). Os autores afirmam que, para esses jovens, a crença se tornou incorporada. Acreditar é um processo prático através do qual eles desenvolvem sua individualidade autêntica. Para eles, em vez de “cristãos dominicais”, a cristandade autêntica está relacionada à realização de boas ações fora da igreja tradicional.

Isso é muito parecido com o que observei nos jovens brasileiros que estudam no Hillsong College. Muitos me falaram que queriam fazer a diferença no mundo. Eles explicaram que servir na Hillsong, uma igreja que acreditavam ter um grande impacto no mundo, era uma maneira de fazer isso. Por exemplo, em um dia de semana almocei com Paulo em um café descolado, decorado com muitas plantas, bem em frente ao City Campus do

Hillsong College, em Sydney. Ele me contou que tinha 15 anos quando soube do College, por meio de folhetos que recebeu em um show da Hillsong United em São Paulo. Mais tarde, alguém profetizou que ele seria pastor, então ele fez um curso de teologia associado à sua igreja. Depois de algum tempo, ele se frustrou com o curso, porque a maioria dos professores estava aposentada e não era ativa na igreja. Ele sentiu que eles não tinham muito a oferecer. Ele disse que saía das aulas com muitas dúvidas, pensando:

Não quero isso para mim. *Eu quero mudar o mundo.* Quero fazer do mundo um lugar melhor do que encontrei. Quero inspirar as pessoas. Quero que as pessoas tenham uma vida melhor porque eu as ajudei. Eu queria ter uma vida com sentido e não seguir o roteiro: ir para faculdade, namorar, casar, ter filhos, envelhecer.

Ele sorriu e disse:

Eu sempre fui sonhador. E eu disse: ‘Deus, quero estudar em um lugar que me inspire, de onde eu saía da sala de aula com o coração em chamas’. Foi quando Deus me lembrou daquele folheto que recebi no show da Hillsong United em 2006.

Naquela época, ele estudava design gráfico na universidade, e para economizar dinheiro para ir para o College, começou a produzir e vender camisetas estampadas com a mensagem de Páscoa da Hillsong “cruz igual a amor” (†=♥) e outros trechos bíblicos em inglês. Ele também criou um blog para escrever sobre a sua vida e o sonho de estudar na Hillsong e o utilizou como plataforma para vender as camisetas on-line. Paulo logo passou a vender mais camisetas do que conseguia produzir, demonstrando a fama da Hillsong no Brasil na época. O fato de ele não ter traduzido as mensagens cristãs das camisetas para o português também demonstra a importância do inglês como um sinal de ambição ao estilo de vida do Norte Global. Ele foi tão bem-sucedido que, depois de alguns anos, tinha dinheiro suficiente para se matricular no Hillsong College. Quando o entrevistei, ele estava no

segundo ano do College e tinha acabado de entrar para a equipe de design gráfico da Hillsong como estagiário. Não é preciso dizer que ele estava muito animado com essa nova vida. Ele disse:

Olha... para ser sincero, eu ainda acordo e penso: ‘Não acredito que estou morando em Sydney’. Eu ainda acordo e penso: ‘Não acredito que estou trabalhando para a Hillsong’. Como designer gráfico, *eu sempre segui o estilo da Hillsong. A Hillsong é uma referência em design gráfico para as igrejas cristãs brasileiras*. Você vê os envelopes, os folhetos, os vídeos — ‘excelência’ é a marca registrada deles; tudo é lindo. Eles foram uma inspiração para mim.

Mais uma vez a Hillsong é elogiada pelo foco em excelência, uma qualidade associada ao Norte Global. Atestando como o cristianismo descolado se espalha de forma reticular e material (por meio de camisetas, envelopes, folhetos, vídeos etc.), Paulo observa que a estética do design gráfico da Hillsong é uma referência para as igrejas brasileiras, e que ele adotou esse estilo no próprio trabalho depois de se formar na universidade. Ainda enquanto conversávamos, ele me disse: “No College, temos esse ditado: ‘Estamos vivendo um sonho’”. Para ele, essa nova vida era de fato um sonho que se tornou realidade:

Acho que a maneira mais simples de explicar [como me sinto] é ‘isso é um sonho’. Eu sempre quis estar aqui; sempre quis morar no exterior. Nunca pensei que um dia seria fluente em outro idioma. Preguei na sessão de três minutos ‘Out of the Boat’ na Capela, em inglês, duas vezes! Tenho o vídeo e posso te mandar mais tarde. Enquanto eu pregava, pensei: ‘Nossa, eu nunca imaginei que viveria isso’. Porque é muito distante da realidade brasileira! Eu digo aos meus amigos gringos daqui: ‘Se você quiser ver um milagre, encontre um latino e converse com ele, porque é um milagre que os latinos estejam aqui. Só para obter o visto, temos de provar que temos 18.000 dólares australianos na conta. Isso é um *milagre* por si só’.

Como podemos ver, embora a ideia de “viver um sonho” seja recorrente entre os alunos do Hillsong College por causa da associação da igreja com pastores famosos e bandas de louvor, ela é ainda mais recorrente entre os brasileiros. Ainda que a situação financeira de alguns deles não seja favorável (como Paulo, por exemplo), esse não é o caso de muitos com quem conversei. A questão mais importante que todos eles mencionaram foi o fato de terem que superar as dificuldades com o idioma. Para eles, ser fluente em inglês era a porta de entrada para uma vida diferente. Essa é uma ideia que perpassa a mente das elites econômicas e da classe média no Brasil (O’Dougherty, 2002; Windle e Maire, 2019). Por isso, Paulo achava que pregar em inglês era um rito de passagem importante para alcançar uma nova vida cosmopolita. Como vimos no capítulo anterior, “viver o sonho” também está associado a ser feliz e se divertir no College e na igreja:

Em uma das aulas-Capela, o diretor do College virou para mim e disse: ‘Paulo, vejo que você vai ser muito influente. Você vai voltar para o Brasil e vai transformar aquele país. Vejo que você vai levar para o Brasil um pouco dessa fórmula divertida que as igrejas não têm por lá. A religiosidade deles é muito pesada, muito séria’.

Muito provavelmente outros alunos brasileiros também haviam dito ao diretor que o prazer e a diversão não faziam parte das igrejas no Brasil, e isso foi algo que eles aprenderam na Hillsong. Paulo não tinha certeza se queria voltar ao Brasil. Nos anos que se seguiram após o nosso almoço, ele se formou no Hillsong College e concluiu um bacharelado em teologia no Alphacrucis College. Ele agora trabalha na Hillsong e ainda mora em Sydney.

Tornando-se Cosmopolita

A Hillsong, assim como outras megaigrejas, coloca o “mega” em prática (Goh, 2008). Ou seja, ela aproveita toda e qualquer oportunidade para

mostrar que tem sucesso e que causa impacto no mundo, sendo assim favorecida por Deus. Vimos, no capítulo 3, como a igreja em Sydney realiza cultos multiculturais especiais inspirados pelas políticas multiculturalistas do governo australiano. Nessas ocasiões, os cultos são dedicados a diferentes grupos étnicos e os alunos membros desses grupos preparam a comida típica de seu país para ser vendida depois do culto. O Hillsong College sempre enfatiza o fato de que os estudantes vêm de diversas partes do mundo. A expectativa de ter amigos estrangeiros diz respeito ao desejo da classe média (alta) brasileira de se tornar “cidadãos globais” e de apagar a sua posição no Sul Global. Em seu estudo sobre brasileiros na Austrália, Wulforth (2011, p. 113) observou que os brasileiros de classe média alta na Austrália normalmente se descrevem como “cosmopolitas” ou “cidadãos do mundo”. Ela argumentou que isso ocorre porque eles “buscam recuperar sua posição [social] como brancos”, libertando-se “dos estigmas de ‘exótico’ e ‘étnico’”. Eles se apoiam na ideologia do multiculturalismo para se referir à Austrália como um lugar que proporciona uma vida e identidade cosmopolitas, onde eles podem sentir pertencimento”. Da mesma forma, Robins (2019) concluiu que os brasileiros de classe média que se mudaram para Londres pelo estilo de vida (e não por motivos financeiros) “veem sua migração em termos cosmopolitas e ‘não nacionais’, como um exercício de ‘cidadania mundial’”. Windle e Maire (2019) mostraram como é importante viver por um período no exterior e adquirir habilidades linguísticas para brasileiros de classe média. Eles (2019, p. 727) afirmam que esses brasileiros buscam capital cultural cosmopolita com “o objetivo de se distinguir dentro das hierarquias brasileiras”. É também a ambição pelo cosmopolitismo e pela fluência em inglês e, conseqüentemente, pela distinção social que leva os brasileiros cristãos a se matricularem no Hillsong College e seus pais a financiarem esse tempo no exterior, como vimos anteriormente na história de Cláudia. Para esses pais cristãos, a Hillsong também oferece um lugar cristão seguro onde seus filhos podem experimentar a vida no Norte Global.

Os alunos frequentemente associavam o cosmopolitismo à aventura e ao entusiasmo de morar no exterior e conhecer estrangeiros. Uma aluna me contou que, em um dos primeiros dias do College, a igreja leva todos os alunos matriculados no campus do centro da cidade de ônibus até a sede, que fica nos arredores de Sydney (uma viagem de 42 km).¹⁰ A igreja fazia este evento para os novos alunos receberem as boas-vindas de Brian Houston (o então pastor sênior global). Ela não conseguiu esconder a animação quando explicou o evento:

No começo, tá, eles sempre falam quantas pessoas vieram de cada país. É muito legal. É quando o Brian dá as boas-vindas para gente, e todo mundo vai até o Hills Campus. Aí, no auditório gigante, ele começa [a perguntar]: ‘Brasil! Temos alguém do Brasil?’, e todo mundo diz: ‘Sim!’ E todos os brasileiros se levantam. É como se a gente jogasse em um time de futebol. É muito gostoso!

Fazer amigos do mundo todo é um dos principais motivos que fizeram os brasileiros apreciarem sua temporada no Hillsong College. Um aluno comentou:

Foi fácil fazer amigos no College. As pessoas são muito abertas, e como a maioria dos alunos é estrangeira — menos da metade é australiana —, fica muito mais fácil porque todo mundo está meio perdido. Ninguém tem amigos de início. Todos estão abertos à amizade. Então a gente faz o que os grupos normais de amigos fazem: vai no cinema, passeia, se reúne em casa, faz um churrasco, vai para praia.

As festas frequentes no College e a moradia compartilhada também estimulam amizades entre as nacionalidades. Outra aluna se mostrou

¹⁰ O Hillsong College possui instalações em dois locais: a sede nos arredores de Sydney (campus Baulkham Hills) e o City Campus, perto da estação central, no coração de Sydney.

profundamente nostálgica quando a entrevistei dois anos depois de ter retornado ao Brasil:

Eles sempre preparam festas de recepção. Os alunos geralmente chegam duas semanas antes do início das aulas. Aí, durante a semana, os alunos do segundo e terceiro ano organizam festas de recepção com comida. Eles sempre tocam músicas só para galera, sabe. Conversar e conhecer pessoas é muito legal. Todo mundo sempre acaba dançando e todos ficam amigos de todos. A gente troca ideia; a gente fica circulando na festa conversando uns com os outros. É lindo. Nossa, sinto muita falta disso! Eu era tão jovem! Eu ainda sou jovem, mas tinha acabado de fazer 18 anos. Terminei o ensino médio e fui embora [para a Austrália]!

Um estudante me disse que seu apartamento era famoso pelas festas que misturavam estrangeiros com brasileiros:

Eu saía com todo mundo. Eu tinha vários amigos estrangeiros e brasileiros. A gente organizava muitas festas na nossa casa. Nosso apartamento era conhecido como 'The 537'. Todo mundo ia lá. A gente fazia várias festas e churrascos. Mas não tinha nada de sacanagem, nem bebida; as pessoas se comportavam. A gente só se divertia, jogava videogame. De noite a gente ia no flipperama, no cinema.

Compartilhar as casas oferecidas pela Hillsong com outros alunos também é uma forma pela qual os brasileiros dizem aprender sobre outras culturas e abrir a mente enquanto fazem amigos estrangeiros. Uma pastora brasileira de vinte e poucos anos que estudou no Hillsong College me disse:

Nós dividimos uma casa com uns alemães. A cultura brasileira é bem diferente da cultura alemã. Isso não significa que [morar junto] foi difícil, mas foi um desafio empolgante, sabe? Você aprende a respeitar os outros, conhece os próprios limites, aprende a se comportar melhor. Então eu acho que tudo lá na Austrália, para quem está fazendo intercâmbio, é uma questão de crescimento.

O marido pastor acrescentou:

O que eu percebi muito foi que os estrangeiros têm a mente muito aberta. No Brasil, se eu me mudar para um bairro diferente, a gente faz um alarde. Como se fosse algo de outro mundo, parece que minha vida vai acabar. Lá, eles mudam de país como quem muda de roupa. Então eles têm a mente muito aberta. É muito *aberta para o mundo*. Acho que a mentalidade brasileira é mais limitada nesse sentido, e isso atrapalha a forma como fazemos a igreja. É por isso que nós nos espelhamos em igrejas estrangeiras.

Na sua avaliação, os brasileiros eram muito isolados e levavam uma vida tradicional, o que acabava sendo refletido nas igrejas conservadoras. Por outro lado, os amigos estrangeiros eram “abertos para o mundo”, flexíveis e se mudavam com frequência. As pessoas que entrevistei nunca mencionaram as razões estruturais pelas quais os brasileiros não se mudam tanto: a falta de conhecimento da língua inglesa, a moeda fraca e a dificuldade de obter visto para viajar. Eles estavam mais interessados em saber como essa “mente fechada” se relacionava ao conservadorismo das igrejas brasileiras. Para evitar isso, eles procuravam estilos de igrejas estrangeiras como a Hillsong. Quando perguntei como as igrejas brasileiras eram diferentes da Hillsong, a pastora explicou que eles se matricularam no College não pela teologia, mas para aprender um novo estilo de igreja:

O nosso pastor sênior nos mandou [para lá] para aprendermos coisas além da Bíblia, porque podemos aprender sobre isso em qualquer lugar. Mas quando vamos para Hillsong, aprendemos o jeito de se fazer a igreja. E é um jeito leve; é um jeito de sempre apontar para Jesus. É o jeito como aceitamos as pessoas como elas são. O que a gente vê na igreja brasileira, às vezes, é só muita regra e doutrina, infelizmente. Às vezes as pessoas fazem coisas e não têm a menor ideia de porque estão fazendo as coisas. Então o que mais aprendemos na Hillsong foi como aplicar nas nossas igrejas a cultura do Reino de Deus e formas de sermos mais parecidos com o que Jesus ensinou.

O marido acrescentou: “E é, de fato, uma *mudança de cultura*; é uma mudança de mentalidade”.

Muitos alunos se referiam à mudança de suas vidas de maneira similar. Como Delanty (2006, p. 41) argumentou: “É na interação entre o eu, o outro e o mundo que os processos cosmopolitas acontecem.” Assim, o cosmopolitismo é um processo de autotransformação inerente à vida cotidiana. De fato, Glick Schiller et al. (2011, p. 403) observaram que “a sociabilidade cosmopolita [...] não existe no abstrato; ela [é] efetuada e incorporada às relações sociais e às identidades baseadas na prática”. Para esses brasileiros, não foi apenas a sua identidade como brasileiros que foi desafiada e transformada quando confrontada com outras formas de viver e entender o mundo, foi também a sua identidade cristã mais profunda que foi questionada e avaliada. Embora a autorreflexividade seja parte integrante da modernidade, como Giddens (1991) relatou, para esses brasileiros, que foram jogados em uma sociedade diferente da noite para o dia, jovens e sozinhos, esse processo de autotransformação foi muito mais radical e teve um impacto duradouro em suas vidas, como veremos no capítulo 6.

Conclusão

A literatura que aborda o trabalho afetivo ou emocional nas megagregas aponta para a exploração dos fiéis. Megagregas abastadas demandam trabalho sem remuneração para que possam se expandir. Por sua vez, os fiéis se dispõem a doar seu tempo porque a igreja é importante em suas vidas e porque desejam contribuir com a evangelização. Neste capítulo, foquei nos brasileiros matriculados no Hillsong College para que pudéssemos entender por que sentiam tanta admiração pela igreja apesar da quantidade excessiva de tempo que devem se dedicar a servir, isto é, a se voluntariar na igreja. As diversas histórias que ouvi foram sobre transformação e entusiasmo pelas suas novas vidas como adultos autônomos e cosmopolitas. Enquanto suas subjetividades eram transformadas ao adquirirem habilidades que pudessem ser aplicadas na vida adulta e ao fazerem amizades com

peessoas do mundo todo, eles vislumbravam suas igrejas no Brasil transformadas por essa nova forma de se fazer a igreja. Seus *mapas de significância* tinham, finalmente, levado-os até a Austrália para, enfim, “viver um sonho”. Eles estavam vivenciando o mundo da igreja que adoram. Para eles, as histórias de suas vidas se mesclaram com a marca Hillsong, tornando-as mais amplas do que as vidas “limitadas” que levavam antes.

Infraestruturas Transnacionais de Circulação¹

Neste capítulo, direciono meu olhar para as infraestruturas que impulsionam o crescimento da Hillsong no Brasil. Eu analiso como as conexões transnacionais entre a Austrália e o Brasil se baseiam em materialidades e infraestruturas — os prédios chiques das igrejas, modernas paisagens sonoras, mídias digitais, programas de *networking*, oferecimento de recursos educativos, assim como uma agência de intercâmbio cristã. Mostro como essas infraestruturas constituem uma arquitetura pela qual o cristianismo descolado da Hillsong circula. Eu argumento que essas infraestruturas transmitem sucesso, sofisticação, entusiasmo, modernidade e cosmopolitismo para o público da classe média (alta) brasileira que quer ser se tornar cidadãos globais e que desejam romper com as tradições pentecostais, voltadas às classes mais baixas. De fato, como Klaver (2018, p. 228) aponta, megaigrejas como a Hillsong “promovem um estilo de vida cosmopolita e consumista e atraem, especialmente, jovens profissionais em ascensão social, criativos, que compartilham uma subcultura urbana pós-moderna”.

Tais infraestruturas, como mediadoras da presença do Espírito Santo, criam uma comunidade global ao gerar uma sensação de “copresença” (Madianou, 2016, p. 1) com fiéis de outros lugares. Isto se dá porque a Hillsong é uma igreja global e, portanto, conta com estética, cultos, uso da mídia, programas educacionais e paisagens sonoras padronizadas (Klaver, 2018, p. 231-232). De acordo com van de Kamp (2017, p. 3):

Os pentecostais expandem os limites das próprias cidades ao se tornarem parte de projetos e práticas de outros lugares, o que é

1 Capítulo traduzido para a língua portuguesa por Hector Webber Tech, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebechi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

facilitado pelo poder sem fronteiras do Espírito Santo. O sujeito é transportado de um lugar específico a um espaço muito maior, que faz parte de fluxos, mobilidade e oportunidades.

Nos últimos tempos, a sensação de copresença mantida por essas infraestruturas é cada vez maior. Durante a pandemia da covid-19 e por contar com infraestruturas globais bastante desenvolvidas, a Hillsong pôde realizar de forma on-line todos os seus cultos, eventos e atividades a partir de meados de março de 2020 (Ainda hoje a Hillsong mantém alguns cultos on-line em filiais ao redor do mundo). Assim, a Hillsong se expandiu de uma maneira ainda mais reticular: aqueles que moram fora de cidades globais e, portanto, longe dos templos da megaigreja, podem participar de cultos e atividades em tempo real, o que antes não era possível. De fato, jovens que moram fora da cidade de São Paulo comentaram no Facebook que estavam animados por poderem participar de atividades da Hillsong (do Brasil e da Austrália), mesmo morando distante desses lugares.

A seguir, discuto de que forma a atenção às infraestruturas nos estudos sobre mobilidade e o estudo material da religião possibilitaram uma nova forma de entender como a religião é vivenciada e como ela se move pelo mundo. Posteriormente, foco nas infraestruturas que a megaigreja utiliza para demonstrar como as redes transnacionais são estabelecidas e como elas permitem a mobilidade (virtual e física) tanto para quem migra quanto para quem permanece no lugar de origem.

Infraestruturas Religiosas e Materialidade

Desde meados da década de 1980, a “virada material” — com o foco em ambientes e locais e outras coisas tangíveis, como o corpo, os sentidos, as experiências vividas, as práticas e a cultura material — está na vanguarda dos estudos sociais. Naquela época, os acadêmicos estavam reagindo ao construtivismo e à ênfase no discurso, símbolos, signos e ideologias que podem levar a entender os fenômenos sociais como irreais (Meyer e

Houtman, 2012, p. 5). Assim como os arqueólogos, escavávamos a genealogia das ideias e ideologias, e como semióticos, analisávamos a forma como as ideias eram mobilizadas de acordo com diferentes interesses, mas não explorávamos a forma como objetos, práticas, corpos, sentidos e tecnologias mediavam e criavam ideias e formas de pensar.

Seguindo a virada material, os pesquisadores que estudam a mobilidade passaram a considerar as infraestruturas para entender como as pessoas são ou não capazes de se deslocar, e como os momentos de mobilidade/imobilidade são estruturados, organizados e ganham sentido (Lin et al., 2017). Esses pesquisadores perceberam que as estruturas de mobilidade (estradas, sistemas de transporte, telecomunicações e internet, aeroportos, passaportes, vistos, agências de viagem, controle de fronteiras) não são apenas arquiteturas físicas/materiais de movimento, mas também políticas, visto que organizam o movimento. Por exemplo, as políticas nacionais e globais de mobilidade e migração de trabalhadores filtram, classificam e regulam quem está apto a se deslocar e como essas pessoas são integradas à sociedade que as recebe (Glick Schiller e Salazar, 2013; Robertson e Runganaikaloo, 2014). Nessa perspectiva, Lin et al. (2017, p. 169) recomendaram que os estudiosos da mobilidade enfocassem os “agentes humanos e não humanos que deslocam os migrantes em contextos infraestruturais específicos”, em vez de analisar apenas os que se deslocam.

Eu respondo a este chamado ao investigar as infraestruturas religiosas que facilitam a circulação de pessoas, ideias, práticas, crenças e materialidades entre a Austrália e o Brasil. Entendo as infraestruturas como uma arquitetura ou um sistema, e assim não analiso cada tecnologia ou materialidade como entidades isoladas. Como Larkin (2013, p. 330) ressalta, “Posicionar o sistema no centro da análise descentraliza o foco na tecnologia e permite uma perspectiva mais sintética.” Conforme mencionado em capítulos anteriores, esse sistema está inserido na geometria do poder global construída historicamente (Massey, 1994), pela qual os países do Norte Global e suas culturas possuem mais poder em relação aos fluxos e movimento do que os do Sul Global. Como discuti anteriormente, os

brasileiros são muito mais suscetíveis a adotar tendências que venham do Norte Global e que fluam em inglês, a língua do poder e da globalização (Rocha, 2017b, 2020a, 2020b).

Além disso, as infraestruturas possuem uma forma e uma função técnica e esses dois elementos podem ser autônomos. A forma, ou o aspecto estético das infraestruturas, também se conecta às pessoas através do afeto. É importante notar que, enquanto a maioria das pesquisas em infraestrutura se refere àquelas criadas pelo Estado para trazer modernidade (estradas, prédios, monumentos, pontes) e a forma como elas se relacionam afetivamente com as pessoas (podendo inspirar e gerar orgulho, admiração ou frustração), eu proponho que também possamos pensar as infraestruturas religiosas dessa maneira. Isso se dá especialmente quando elas são transferidas do Norte Global para o Sul Global, como no caso da igreja Hillsong no Brasil. Nesse sentido, como Larkin (2013, p. 333) observou em relação às infraestruturas estatais, as infraestruturas religiosas também “exercem uma influência sobre a imaginação [...] [e] representam a possibilidade de ser moderno, de ter um futuro”.

Como afirmei no capítulo 1, sigo os acadêmicos da religião material que entendem religião como uma forma de mediação, e, portanto, entendo as infraestruturas religiosas (por exemplo, arquitetura, tecnologias midiáticas e de mobilidade) e os sentidos, o corpo, o afeto, a estética e os objetos como partes indispensáveis à religião (Bräunlein, 2016; Hazard, 2013; Meyer, 2009, 2011; Meyer e Moors, 2006; Meyer e Houtman, 2012; Stolow, 2005; Van de Kamp, 2017). De acordo com Stolow (2005, p. 125):

‘[A] religião’ só se manifesta por meio de um processo de mediação, [seja ele] por textos, gestos rituais, imagens e ícones, arquitetura, música, incenso, vestes cerimoniais, relíquias sagradas e outros objetos de veneração, marcas no corpo, movimentos corporais.

É por estes meios, isto é, “formas religiosas materiais autorizadas”, que estudiosos são capazes de investigar “a formação de sujeitos e

comunidades religiosas” (Meyer, 2009, p. 2). Agora me volto para as infraestruturas que viabilizam esse processo de vinculação à rede alternativa do cristianismo descolado incorporado pela Hillsong.

Lugares e Sons

Como vimos no capítulo 2, a música é um elemento importante para o pentecostalismo e tem um papel determinante na sua expansão em nível global, inclusive no Brasil, e na forma como cria comunidades (Ingalls e Yong, 2015). Os louvores servem para mediar a conexão entre o Espírito Santo e os fiéis e fazer com que os seguidores sintam a presença de Deus. Bowler e Reagan (2014, p. 208) afirmam que:

Os louvores produzidos por essas megaigrejas associadas à Teologia da Prosperidade não só fornecem um espelho religioso de questões seculares. Eles têm sua própria justificativa teológica para criar um ambiente totalizante de devoção. O movimento queria liberar o poder da confissão positiva. No ambiente da congregação, a música funciona como um veículo para cultivar e transmitir o poder da fé. Esta maneira de compreender a fé elevou a palavra — no discurso e no louvor — a outro patamar, como a ferramenta principal para liberar a bênção divina de Deus.

A Hillsong é conhecida mundialmente por sua música. Para a megaigreja, a música é tão importante que em 2001 o nome mudou de “Hills Christian Life Centre” para “Hillsong”, depois que a banda de louvor Hillsong United se tornou mundialmente conhecida.² Muitos pesquisadores investigaram a música da Hillsong, observando a conexão com a teologia da prosperidade e a cultura de celebridades; como auxiliou na criação da marca da megaigreja, seu marketing e crescimento no âmbito mundial; bem como sua influência no trabalho afetivo e na sensação de transcendência dos seguidores (Bowler e Reagan, 2014; Connell, 2005; Evans, 2015,

2 Para informações sobre a história da Hillsong, ver Hutchinson (2017) e Riches (2010).

2017; McIntyre, 2007; Riches, 2010; Riches e Wagner, 2012, 2017; Wade e Hynes, 2013; Wagner, 2019). No capítulo 2, mostrei como a música tornou a Hillsong famosa no Brasil e como os brasileiros se identificam com suas bandas de louvor como fãs dedicados — indo em shows; seguindo os músicos nas redes sociais e pedindo autógrafos; comprando, baixando, traduzindo e tocando as músicas. Essa conexão afetiva com as bandas se transforma no desejo de viajar para a Austrália e experienciar os cultos da Hillsong, de se tornar músico da igreja, e de estudar no Hillsong College.

Por exemplo, quando entrevistei um jovem brasileiro de classe média alta que estava em Sydney, ele me disse que, como muitos de seus amigos jovens do Brasil, chegou na Austrália com a intenção de tocar nos cultos da Hillsong e estudar música no Hillsong College. Ele já havia sido aprovado no teste para ser baterista, mas ficou desapontado porque no momento “havia mais de vinte bateristas esperando para serem chamados [para tocar nos louvores]”. Quando perguntei por que tantos brasileiros gostavam da Hillsong, ele respondeu:

Acho que a palavra ‘cool’ já meio que explica. Eu acho que os brasileiros perceberam que tinha uma coisa bacana, uma coisa moderna *lá fora*. A Hillsong é uma igreja e é cool. É uma igreja moderna, uma igreja bacana.

De acordo com ele, o tipo de música da Hillsong era uma novidade no Brasil na época em que ele decidiu viajar para a Austrália. Explicou que a maioria das igrejas no Brasil adotava um “estilo mais americano de *rock and roll*”, enquanto as músicas da Hillsong traziam algo diferente: “Elas têm um jeito meio inglês, meio tipo o U2, com teclado, o som ‘oohooo’, sabe? Isso não é da cultura brasileira”.

Estava claro, nessa entrevista, que a Hillsong e sua música traziam empolgação, modernidade, e uma sensação bacana para a classe média alta brasileira. Tudo isso é encontrado “*lá fora*” (no exterior) porque as igrejas brasileiras não possuem a estrutura grandiosa, a fama, a música de adoração vibrante e a banda premiada que faz turnês mundiais. Quando cantam

as músicas da Hillsong e participam dos cultos da igreja em São Paulo ou nas filiais em cidades globais no exterior (como alguns fazem quando viajam para os Estados Unidos ou Europa, além da Austrália), os jovens sentem que fazem parte de uma paisagem sonora transnacional compartilhada com pessoas dos países do Norte Global.

Mas se existe uma grande quantidade de pesquisas que discorrem sobre a importância do som na criação da experiência desterritorializada e transnacional da Hillsong, poucas analisam os prédios da igreja, exceto por Connell (2005) e Goh (2008), cujos trabalhos se concentram na sede da igreja, que se assemelha a uma corporação, nos arredores de Sydney. Aqui, analiso como os espaços alugados das filiais nos outros países, especialmente no Brasil, suscitam sentimentos de pertencer a paisagens urbanas transnacionais que produzem um pertencimento alternativo, “moderno”, para seus seguidores.

A Hillsong São Paulo realiza os cultos de domingo no Villagio JK, uma casa noturna frequentada pelos jovens e profissionais de classe média alta da cidade. Localizado na Vila Olímpia, um bairro nobre, próximo ao centro financeiro dessa cidade global, a casa noturna fica próxima de restaurantes, hotéis, bancos, empresas e um shopping center. No resto da semana, o Villagio JK recebe bandas, bem como eventos privados de corporações multinacionais, bancos e escolas particulares de elite. A arquitetura do local reflete o público exigente: ostenta teto retrátil na área do teatro; um jardim na cobertura; corredores, salas e móveis bem projetados; e uma elegante fachada escura. Aos domingos, antes de cada um dos cinco cultos da igreja, o estacionamento lotado e as filas de jovens ansiosos dando voltas no quarteirão não são tão diferentes das noites de eventos seculares. Os membros da congregação e os pastores também se vestem de maneira semelhante aos frequentadores seculares do local: jeans de grife, camisas polo, e vestidos e blusas da moda.

Essa escolha de local — uma casa noturna alugada em uma área nobre — é semelhante às igrejas da Hillsong em outras cidades globais. Por exemplo, a Hillsong Londres se reúne no Dominion Theatre, localizado no

centro turístico da cidade; em Paris, a Hillsong reúne os fiéis no Théâtre Le 13ème Art, dentro de um shopping center na *Rive Gauche*; e em Nova York, realiza os cultos no Sony Hall, perto da Times Square, no coração de Manhattan. Voltando sua atenção para os edifícios religiosos como forma de entender o papel da materialidade na vida social, Brenneman e Miller (2016, p. 83) observaram que:

A estrutura física construída por uma congregação comunica valores e significados específicos para aqueles que congregam ali, bem como para muitos que nunca entram nesses edifícios, mas que mesmo assim tiram conclusões sobre seus membros com base na forma, no design e no tamanho do edifício.

Sugiro que essa escolha de locais e localizações transmita, tanto para quem está dentro quanto para quem está fora da congregação, um sentimento de prosperidade, sucesso, empolgação e de estar no centro de cidades globais. O fato de as filiais da Hillsong no exterior não estarem localizadas em espaços feitos para serem templos, mas sim em locais de entretenimento urbano alugados, transmite outro valor importante para a maioria das megaigrejas, especialmente a Hillsong: elas mesclam as fronteiras entre espaços seculares e sagrados, proclamando que o Espírito Santo transita em ambos. As igrejas de buscadores (Sargeant, 2000), como a Hillsong, ressaltam que estão abertas e conectadas com o mundo secular para atrair novos membros. Os cultos se assemelham a casas noturnas, com música cristã contemporânea, iluminação profissional e efeitos especiais. É por isso que casas noturnas e teatros são facilmente adaptados para locais de culto e transcendência pela Hillsong. Esses locais também reafirmam a identidade da marca global da Hillsong e estabelecem uma rede de lugares nos quais o cristianismo descolado circula por meio dos pastores que representam a megaigreja, pregando em muitas das filiais ao redor do mundo, e dos seguidores (incluindo brasileiros que participam de cultos em outras filiais da Hillsong sempre que estão no exterior).

Coleman e Chattoo (2019) argumentam que as megaigrejas crescem devido a um duplo processo de avanço e enclausuramento. Elas avançam para o mundo secular, especialmente a cultura popular, bem como em atividades de lazer, a economia e a política, buscando novos convertidos. No entanto, o secular também é um lugar de perigo, onde os fiéis podem se perder. Assim, as megaigrejas trabalham no enclausuramento e na domesticação dessas áreas recém-encontradas dentro da própria igreja. Essa estratégia dupla de avançar e enclausurar se materializa não apenas na escolha do lugar, mas também na pequena transformação que esses locais sofrem toda manhã de domingo antes do início dos cultos. Nesse momento, uma equipe de voluntários da Hillsong transforma esses prédios em igrejas colocando banners da Hillsong nas fachadas, montando estandes na área de recepção para pedidos de oração dos fiéis, receber os recém-chegados e vender mercadorias da igreja (livros de pastores, CDs, camisetas etc.). Durante uma das minhas visitas à Hillsong Londres, o banner nas portas da frente do Dominion Theatre cobria parcialmente o letreiro do musical “Elf, The Smash Musical”. Da mesma forma, no Qudos Bank Arena, onde a conferência anual da Hillsong acontece em Sydney, banners enormes da Conferência da Hillsong fixados no prédio se sobrepõem às placas com anúncios das bandas seculares que acontecem após o evento.

O contraste com outras megaigrejas no Brasil é marcante. A maioria das megaigrejas brasileiras atende aos pobres e àqueles que almejam a classe média. A classe social de seus membros é refletida nos prédios — geralmente antigos galpões ou supermercados reaproveitados, ou igrejas mal acabadas de concreto, localizadas em periferias. Dentro, elas são iluminadas com luzes fluorescentes e equipadas com cadeiras brancas de plástico e piso frio. Como Martin (2006, p. 48) observou em sua análise da estética do pentecostalismo latino-americano:

Na arquitetura da igreja, a prioridade é ter o máximo de assentos com o mínimo de custo, já que o que acontece dentro do prédio importa mais do que as características arquitetônicas ou de

design e até mesmo o aspecto sagrado do próprio edifício. [...] O resultado costuma ser a praticidade e [em muitos casos] não a estética.

Nas últimas duas décadas, seguindo o modelo das megaigrejas americanas, algumas igrejas pentecostais brasileiras optaram por construir grandes sedes para demonstrar sucesso e legitimidade em um país onde por muito tempo elas foram estigmatizadas (Oro, 2012, p. 89). Gonçalo (2020) analisou uma igreja batista renovada ou “pentecostalizada” que construiu sua grande sede em um bairro nobre de Curitiba em 2014. Diferentemente da casa noturna badalada alugada pela Hillsong em São Paulo, as principais características da igreja de Curitiba são os vitrais representando cenas bíblicas e o interior modernista semelhante a um teatro, onde a congregação de classe média alta pode se sentar em cadeiras confortáveis. Essa escolha de estética, remanescente das igrejas católicas modernistas no Brasil, como a catedral de Brasília, certamente sugere o desejo de legitimidade em um país onde o catolicismo foi historicamente parte do poder do Estado.

Ainda mais espetacular é a sede de vários milhões de dólares da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), com capacidade para dez mil fiéis, inaugurada em 2014 em um bairro de classe média-baixa da cidade de São Paulo. Batizado de “Templo de Salomão”, o edifício aspira a ser uma cópia do templo de Salomão descrito na Bíblia, e assim trazer prestígio à megaigreja. O templo também reflete o imaginário de riqueza almejado pela sua congregação de baixa renda. De tamanho imenso, ocupando a maior parte do terreno, a fachada espalhafatosa de mármore, a entrada e o interior chamativos, com dourado e veludo, e a localização na periferia da cidade, tudo transmite a aspiração à riqueza no estilo de ostentação do novo rico. O resultado foi uma série de críticas da mídia à estética da sede monumental (Capriglione, 2014).

Da mesma forma, quando as igrejas pentecostais atendem às classes médias baixas, seus edifícios não são tão reluzentes nem lembram prédios comerciais, como os da sede da Hillsong em Sydney ou do Villagio JK

na cidade de São Paulo. Por exemplo, a sede da megaigreja Lagoinha em Belo Horizonte é um prédio circular de concreto decorado com azulejos, e a parte interna é tão desproporcionalmente apertada que os longos braços retráteis das câmeras de TV que transmitem os cultos pairam muito perto da cabeça das pessoas. Por falta de manutenção, o teto da sede da Renascer, igreja de classe média em São Paulo, desabou em 2009. O acidente matou nove pessoas e feriu 117 fiéis.

Os templos como os das igrejas de classes sociais mais baixas são rejeitados pelos pentecostais de classe média alta. Quando entrevistei um jovem pastor brasileiro, que havia participado de várias conferências da Hillsong em Sydney e, posteriormente, fundou a própria igreja inspirada na megaigreja australiana, ele comentou: “[Muitas igrejas brasileiras] parecem banheiros. Esses azulejos brancos! E as cadeiras de plástico?” Seguindo o exemplo da Hillsong, a igreja dele congrega em um cinema de shopping aos domingos de manhã. Um estudante brasileiro do College da Hillsong em Sydney comparou a Hillsong às igrejas brasileiras: “Fiquei muito impressionado com a estrutura da igreja em geral. Sabe, todo esse dinheiro investido [na igreja], tanto tempo investido nas bandas e na equipe da igreja!” (Sydney, 17 de abril de 2016). Fica claro que essas declarações têm a ver com classe e gosto, bem como com o desejo de romper com a forma como o pentecostalismo é praticado no Brasil e com os lugares onde essa prática ocorre e de se conectar com os centros do pentecostalismo no Norte Global.

Algumas igrejas, como a Igreja Batista da Água Branca, em São Paulo; Lagoinha em Niterói, Rio de Janeiro; Igreja da Capital em Brasília e Igreja Brasa em Porto Alegre, construíram novas sedes adotando a estética de construção da Hillsong. Elas agora operam em grandes galpões semelhantes a espaços típicos de eventos: contam com um palco grande onde os pastores podem se movimentar livremente, paredes escuras, telões e iluminação de palco profissional. Analisarei a adoção do estilo da Hillsong por essas igrejas no capítulo 7. Aqui, continuo a analisar as infraestruturas pelas quais circula o cristianismo descolado, e que proporcionam aos brasileiros uma sensação de copresença com o Norte Global.

A Igreja On-line

No dia 16 de março de 2020, uma segunda-feira, o governo australiano proibiu reuniões com mais de 500 pessoas no intuito de conter a disseminação da covid-19. A Hillsong na Austrália e seus campi no exterior rapidamente transferiram a igreja para o ambiente on-line. Há muitos anos a megaigreja já usava a tecnologia — desenvolvendo os próprios aplicativos; tendo uma presença forte nas redes sociais, blogs e páginas da web; fazendo vídeos dos cultos para a seção “notícias da igreja”; conectando os campi em toda a Austrália e no exterior em tempo real durante os cultos; e produzindo conteúdo para o próprio canal de TV. Klaver (2021) pesquisou como esse intenso uso de tecnologia de mídia em toda a rede global da Hillsong sincroniza e regula o tempo, oferecendo aos fiéis uma sensação de viver em um presente contínuo com outras pessoas em diferentes lugares. Klaver (2021, p. 75) argumentou que, na megaigreja, “as temporalidades da modernidade se entrelaçam com imaginários religiosos de tempo e com os tipos de teologias que delas derivam, tomadas por uma ‘teologia da imediatividade’”. A tecnologia, portanto, não é neutra. Ela tem impacto na mensagem, nos sermões e na experiência de tempo e espaço. Nesse contexto, Klaver (2021, p. 95) cunhou o conceito de “eventos sermônicos” para sermões gravados em vídeo (e editados) compartilhados com os campi da Hillsong. Semelhante às minhas conclusões, ela argumentou que:

Embora o pregador não esteja fisicamente presente em todos os lugares, a coerência de tempo e presença mediada é preservada. A experiência compartilhada em tempo real em vários locais promove um senso de pertencimento e de fazer parte de uma congregação.

Essa infraestrutura de alta tecnologia conectada ao redor do globo tornou-se ainda mais proeminente após os decretos do governo. Não foram só os cultos que começaram a ser transmitidos on-line, mas também todas as atividades (programas para crianças, jovens e mulheres) e uma

nova noite semanal de Mega Oração que apresenta pastores da Hillsong de diferentes cidades globais orando por médicos, vacinas, pedidos dos fiéis e pelo fim da pandemia³. Ao mesmo tempo em que transmitiam os cultos nos próprios idiomas em diferentes fusos horários, os campi no exterior também mesclavam o conteúdo produzido pela sede na Austrália. Em países onde o inglês não é a língua oficial, o conteúdo era legendado no idioma local. No período de uma semana, o lema de longa data da igreja “Uma casa, Muitos cômodos”, usado para explicar a estrutura global da igreja, tornou-se “Uma casa, Muitas salas de estar” para se adequar à realidade da pandemia, quando os seguidores de todo o mundo participavam da igreja sem sair de suas casas.

Uma consequência importante dessa mudança para a transmissão on-line é que ela criou uma infraestrutura global muito mais visível, bastante pessoal e interativa em que circulava o conteúdo teológico juntamente com a marca Hillsong. Isso permitiu que tanto os brasileiros como outras pessoas fora da Austrália assistissem em tempo real aos cultos que aconteciam na sede da igreja na Austrália, além dos próprios cultos locais. Os fiéis também podiam assistir aos cultos em todos os países onde a igreja tem filial, clicando na lista de países no site da igreja. Além disso, essa mudança também possibilitou que os brasileiros que viviam longe da cidade de São Paulo (onde a igreja está localizada) pudessem participar dos cultos. Muitos deles expressaram sua alegria em participar dos cultos pela primeira vez na conta brasileira da igreja no Facebook. Uma sensação intensa de copresença era compartilhada por meio da função bate-papo nas plataformas de mídia social onde as atividades da igreja são transmitidas (por exemplo, YouTube e Instagram), permitindo que os seguidores escrevessem comentários em tempo real. Especialmente durante os cultos australianos, as pessoas do mundo todo escreviam comentários (às vezes no próprio idioma) e recebiam respostas da equipe da Hillsong (algumas eram escritas nos idiomas estrangeiros).

3 Ver <https://hillsong.com/online/>

Em outras palavras, mudar a igreja completamente para o formato on-line fez com que os seguidores sentissem que estavam participando de uma “família global da igreja” (uma expressão querida pela Hillsong), já que proporcionava uma sensação de pertencimento e participação simultânea com pessoas de todo o mundo.

Um bom exemplo de como a atividade da igreja on-line gera um sentimento de pertencimento a uma igreja global, rica e cosmopolita foi a transmissão do espetáculo de Páscoa da Hillsong em abril de 2020. Criado pela Hillsong Londres, King of Heaven (Rei dos Céus) foi realizado e filmado na O2 Arena em Londres na Páscoa de 2019. A O2 Arena é um marco da cidade e o segundo maior complexo de entretenimento do Reino Unido, com capacidade para 20.000 pessoas. Ela recebe shows e eventos esportivos do mundo todo, além da conferência anual da Hillsong Londres. Ao escolher esse lugar, a Hillsong estava afirmando, mais uma vez, fazer parte da cultura popular secular e ser global e próspera. De fato, quando Bobbie Houston anunciou o evento no fim de semana anterior, ela afirmou que seria “sensacional e comparável ao que se produz no West End ou na Broadway”. O espetáculo de Páscoa foi uma superprodução de uma hora de duração. King of Heaven foi uma adaptação vanguardista e distópica da Paixão de Cristo. Incluiu música eletrônica, efeitos de iluminação de ponta, dança em estilo hip hop, soldados romanos com armaduras contemporâneas, homens negros interpretando Jesus e os apóstolos, e os rostos de Pôncio Pilatos e dos fariseus projetados em telões ao fundo.

O espetáculo foi transmitido no canal do YouTube da igreja na noite do domingo de Páscoa na Austrália e em todos os campi da igreja ao redor do mundo, e legendado nos idiomas locais. Assim como nos cultos ao vivo, os seguidores podiam participar do espetáculo postando mensagens no bate-papo, e a Hillsong respondia em tempo real. A igreja também anunciava os eventos, disponibilizava os links para as pessoas entrarem em contato com um pastor e se conectarem à igreja. Os espectadores também podiam ver e responder os comentários de outras pessoas. Por exemplo, sempre que alguém escrevia seu país de origem, outros do mesmo país o

cumprimentavam. Outras vezes, os participantes pediam orações e outros escreviam que estavam orando por eles. Isso criou uma comunidade de afeto onde os seguidores se sentiam parte da igreja global e envolvidos emocionalmente.

No entanto, as diferenças de fuso horário impactam o mundo conectado. Muitos seguidores de outros países acessaram a transmissão australiana porque ela acontecia antes de todos os outros lugares do mundo e estavam ansiosos para assistir ao evento. Por exemplo, um brasileiro de uma cidade do interior de São Paulo conversou em inglês com a igreja enquanto assistia ao espetáculo:

Paulo Marins: Assistindo de Pindamonhangaba, São Paulo, Brasil. Que o Senhor Ressuscitado abençoe a todos!

Igreja Hillsong: @Paulo Marins Feliz Domingo de Páscoa e bem-vindo à igreja!

Paulo Marins: @Hillsongchurch obrigado Igreja Hillsong! Vocês são incríveis por causa do Cristo que vive em vocês!

No dia seguinte, quando a Hillsong Brasil transmitiu King of Heaven com legendas em português, todas as mensagens foram positivas, com seguidores impressionados com a “excelência” do espetáculo e com a abordagem moderna da história. Os seguidores postavam os comentários principalmente em português, mas alguns usavam o inglês para mostrar seu cosmopolitismo:

Que produção incrível!

Meu Deus, que lindo!

A Bruna Marqueline está assistindo?⁴

Que criativo!

Que orgulho!

Superprodução! Uau!

Me lembra até o Game of Thrones

4 Como mencionei na introdução, Bruna Marqueline postou suas visitas a Hillsong Los Angeles na sua conta do Instagram para os seus 43 milhões de fãs.

Incrível
Estou assistindo pela segunda vez!⁵
É de arrepiar!
Inacreditável
Nosso Deus sempre merece o melhor!
É excelente, meu Deus!
Eu nunca vi nada igual!
Não consigo parar de chorar!
Estou sem palavras!
Estamos todos chorando aqui em casa!

Outro seguidor lamentou que as igrejas brasileiras não usam as mesmas formas sensacionais da Hillsong: “Queria tanto que as igrejas brasileiras entendessem como a arte é importante para a igreja!”. Outro escreveu: “Tive experiências abençoadas na Hillsong Londres e na Hillsong França”, realçando seu status de classe média alta e afirmando que a encenação despertou emoções semelhantes às que sentiu no Norte Global. Na mesma linha, uma mulher escreveu em inglês: “*This accent though*” (Mas esse sotaque), e seguiu em português: “Adoro a diversidade de idiomas e os sotaques na nossa igreja.” Dessa forma, ela tocou em dois pontos interessantes. Primeiro, quando escreveu em inglês e observou o uso do sotaque britânico, ela indicou que sabia inglês o suficiente para diferenciar sotaques. Como demonstrei, o conhecimento da língua inglesa funciona como um marcador de classe no Brasil. Segundo, o alcance global da Hillsong fez com que se sentisse cosmopolita.

Essas emoções poderosas (espanto, arrepio, choro e orgulho) não foram apenas provocadas pelo conteúdo da história, mas também pela estética usada para contar essa história e pelo lugar onde ela foi filmada. A superprodução da Hillsong, comparada à premiada série da HBO, *Game of Thrones*, conforme comentário anterior, levou a Paixão de Cristo para fora da igreja, conectando-a à cultura popular, usando estéticas de

5 O que significa que eles assistiram a versão em inglês que foi transmitida antes da versão brasileira, provavelmente na sede da igreja.

entretenimento e localização seculares. Assim, afastou os brasileiros de classe média de sua posição na periferia do cristianismo e diminuiu o constrangimento por serem associados ao pentecostalismo no Brasil. Por pertencerem à Hillsong, sentiam que sua escolha religiosa era legítima e ficavam orgulhosos por pertencerem a uma igreja internacional que cria produções de ponta tão boas quanto as produzidas pela indústria de entretenimento secular estadunidense.

A Rede Hillsong, Família e College

Criar redes e parcerias e vender recursos e treinamentos são estratégias que as megaigrejas usam para crescer e aumentar a receita (Ellingson, 2013, p. 70-71). Segundo Goh (2008, p. 296), elas fazem isso como “uma performance do mega”, ou seja, “usam o próprio corpo — [seu] tamanho, dinamismo, crescimento rápido e ambições — como principal prova de encarnação do poder e presença de Deus”. A Hillsong criou o próprio sistema de rede que facilita a circulação, mediante pagamento, de seus materiais de pregação e formação, e técnicas para igrejas menores e que não estão diretamente conectadas ao redor do mundo. As igrejas menores podem se conectar com a Hillsong de duas maneiras: por meio da Rede de Liderança Hillsong e da Família Hillsong. A primeira indica uma associação menos direta entre as igrejas e pode ser um primeiro passo antes que a Hillsong convide essa igreja para se tornar parte de sua Família, um grupo de igrejas que têm uma conexão mais próxima e compartilham as mesmas formas sensacionais da Hillsong. As igrejas que pertencem à Rede e à Família também podem convidar pastores da Hillsong para pregar em suas igrejas. Além disso, como vimos, a Hillsong administra o College, um curso técnico de três anos para alunos de todo o mundo. Muitos alunos (incluindo os brasileiros) são patrocinados pelas próprias igrejas locais para que levem de volta com eles o conhecimento adquirido na Hillsong. Os pastores brasileiros engajaram nessas infraestruturas muito antes da Hillsong se estabelecer em São Paulo em 2016. Isso contribuiu para a expansão da fama e

influência da Hillsong no país e para a constituição de uma geografia religiosa alternativa de pertencimento para pastores brasileiros que desejam vincular suas igrejas a uma igreja bem-sucedida, moderna e rica, além de aprender as estratégias que ajudarão a impulsionar as próprias igrejas.

Um bom exemplo de como uma igreja brasileira que faz parte da Rede de Liderança Hillsong traz as formas sensacionais da Hillsong para o Brasil é uma igreja batista com sede em Brasília. Em entrevista, o pastor sênior me disse que assistiu à conferência da Hillsong pela primeira vez em 2006. Ele ficou impressionado com o número de voluntários e com a dedicação, e também com a atmosfera geral e energia do evento. O fato de haver pessoas de muitas denominações e de diferentes partes do mundo o fez pensar que a Hillsong era mais do que um movimento religioso; era um “movimento cultural”. Ele ficou tão impressionado que retornou no ano seguinte e, depois, em todos os outros anos, para aprender e levar esse novo conhecimento de volta à sua igreja brasileira. Sempre que ia à conferência, levava com ele pastores juniores e membros da congregação. Quando entrevistei um desses pastores juniores em Brasília, ele se mostrou entusiasmado com o fato de sua igreja fazer parte da rede:

Ainda pagamos para participar da conferência [como todos os outros], mas temos acesso privilegiado [aos pastores da Hillsong]. Quando eu estava lá, teve um almoço apenas para os membros da rede. Cada mesa tinha um pastor da Hillsong como anfitrião, e nos sentamos com pastores de todo o mundo. O pastor Brian Houston também estava lá! As pessoas conversavam e trocavam ideias; foi uma experiência muito rica.

O acesso exclusivo e a oportunidade de conhecer o fundador da Hillsong e Pastor Sênior Global, Brian Houston, outros pastores da Hillsong, bem como pastores de todo o mundo têm um papel importante em seu entusiasmo pela rede. Ele sentia que fazia parte de uma igreja global e, por isso, era cosmopolita. Além disso, privilégio e exclusividade são valorizados pelos brasileiros, porque isso lhes dá a sensação de pertencer à classe

alta. Isso é algo que discutirei com mais profundidade no próximo capítulo. Por enquanto, basta dizer que aqueles que estão no alto escalão da sociedade têm privilégios e acesso exclusivo a lugares e poder que não são concedidos aos que estão na base.

O pastor sênior, por sua vez, me disse que a Hillsong o inspirou a fazer mudanças em sua igreja. Ele focou em tornar a igreja atraente para os jovens “porque as igrejas tradicionais estão perdendo esses jovens” e em buscar excelência e simplicidade em tudo o que a igreja faz. Contrastou essas qualidades com a forma como sentia que as coisas eram feitas no Brasil: pela metade e de forma burocrática. Além disso, aprendeu com a Hillsong como aumentar o número e o comprometimento dos voluntários na igreja, mostrando que eles fazem diferença na igreja e na sociedade e lhes dando mais autonomia. O leitor pode lembrar que os jovens brasileiros em geral reclamavam da falta de autonomia nas igrejas brasileiras. Muitas vezes o pastor sênior também patrocina os estudos dos jovens da igreja no Hillsong College e convida pastores da Hillsong para pregar em sua igreja. Na época da entrevista, a igreja havia enviado o líder do Ministério de Comunicações para estudar no College por três anos. Além de cursar cinema e televisão (para atuar nessas áreas quando retornasse), ele continuava envolvido com a produção de todo o material de comunicação visual (banners, panfletos, website) da igreja do Brasil, que ele enviava via Dropbox. Naturalmente, o material era muito semelhante ao design gráfico descolado da Hillsong. No entanto, o pastor sênior estava ciente de que nem todas as formas sensacionais da Hillsong eram apropriadas para a sua igreja:

Meu objetivo não é recriar a Hillsong aqui, mas aprender as coisas boas que a Hillsong faz e que se adequam a nós, porque não é cem por cento do que é bom para eles que poderá ser adaptado aqui em Brasília. Por exemplo, temos cerca de 400 idosos em nossa congregação e talvez 1.500 pessoas entre 40 e 50 anos. Eu não posso me vestir ou cortar o cabelo como o Chris Mendez porque ele é descolado, sabe? Eu preciso ter bom senso porque há uma linha tênue entre o moderno e o ridículo.

Como vimos no capítulo 3, Chris Mendez é o Pastor Líder da Hillsong para a América Latina e se veste no estilo hipster dos pastores da Hillsong. A preocupação do pastor sênior de que o jeito descolado e moderno da Hillsong poderia ser muito estranho, quase ridículo, para sua congregação mais velha foi reiterada em entrevistas com outros pastores brasileiros. Eles admiram a Hillsong, mas precisam equilibrar a cultura pentecostal conservadora local com o desejo de mudar essa cultura.

Outra igreja que enfrenta esse dilema é a única igreja no Brasil que faz parte da Família Hillsong. Essa igreja foi convidada a se juntar à Família Hillsong em 2015, depois de ser membro da Rede de Liderança por seis anos. Como membro da Família Hillsong, o casal de pastores seniores vai à conferência todos os anos, quando costuma se reunir com Brian e Bobbie Houston (e, desde o início de 2022, com Phil e Lucinda Dooley), e participa de workshops com outros pastores da Hillsong. O casal também participou do retiro da Hillsong com a equipe sênior. A igreja envia e financia cerca de cinco estudantes por ano no Hillsong College, para que eles ajudem a estabelecer a cultura da Hillsong na sua igreja quando voltam. Além disso, recebe recursos e materiais de formação, e pastores da Hillsong para pregar na igreja. Ser parte da Família ajuda bastante a sanar as dúvidas dos pastores sobre a forma como “administram a igreja”, já que outras igrejas brasileiras são tão diferentes da sua. Durante entrevista, os pastores me disseram que muitas outras igrejas na cidade começaram a demonizá-los porque as paredes eram pintadas de preto, tocavam música secular no saguão, como é feito na Austrália, e seus pastores não usavam terno e gravata, mas calças jeans rasgadas. Assim, eles tiveram que negociar e fazer mudanças graduais. Eles comentaram:

No Brasil, não temos muitos parâmetros, então é bom ter a Hillsong [para nos orientar]. Se vamos equiparar nossa igreja a uma igreja de nível mais alto [como a Hillsong], vamos ter que elevar o nível de nossa igreja. Eu vou ter que fazer as coisas de um jeito diferente [das igrejas brasileiras] e isso pode abrir a mente dos pastores sobre como administrar uma igreja. A Hillsong

nos traz uma liberdade que outras igrejas brasileiras não têm. As igrejas brasileiras adoram pregar sobre o certo e o errado. Na Hillsong, assim como aqui, pregamos a Palavra, dizemos ‘a escolha é sua [para decidir o que é certo ou errado]’.

Eles enfatizaram que o sucesso da Hillsong como igreja global lhes dá a certeza de que estão no caminho certo, mesmo que estejam “literalmente indo na direção oposta das outras igrejas no Brasil”. Aqui, novamente, podemos perceber a vontade que esses pastores têm de alinhar suas igrejas com o que veem como uma igreja superior em comparação às brasileiras. Para eles, essa superioridade também envolve escolhas racionais e individuais. Ao fazer isso, eles se distanciam da cultura pentecostal conservadora do país. O sucesso, é claro, também é um sinal da graça de Deus, como vimos. Klaver (2021, p. 21) observou um processo semelhante em relação a uma igreja holandesa que fazia parte da Família Hillsong:

Uma vantagem importante de fazer parte da Família Hillsong é que isso fortalece a identidade das igrejas que estão alinhadas, agregando valor e prestígio à sua igreja. Mas talvez mais importante seja que, quando nos reportamos a ‘líderes espirituais unidos’, como Brian Houston, esperamos que a graça de Deus para com a Hillsong se estenda aos pastores e igrejas da rede.

Uma Empresa de Intercâmbio Cristã

Além das infraestruturas próprias da Hillsong discutidas anteriormente, também existem aquelas criadas no Brasil para atender jovens brasileiros que desejam se juntar à Hillsong na Austrália. A agência de intercâmbio Cristãos no Exterior⁶ se alinha às infraestruturas da Hillsong para manter o fluxo de pessoas, ideias, estéticas e materialidades entre a Hillsong e o Brasil. Ouvi falar pela primeira vez da Cristãos no Exterior através de estudantes brasileiros no Hillsong College e outros que pertenciam à igreja

6 Cristãos no Exterior é um pseudônimo.

brasileira em Sydney, CJC (Comunidade de Jovens Cristãos). Eles explicaram que a Cristãos no Exterior é uma agência brasileira que organizou sua viagem para a Austrália, como qualquer outra agência secular que vende viagens para jovens de classe média que querem aprender inglês no exterior. A diferença é que a Cristãos no Exterior acomoda os clientes nas casas de famílias cristãs, ou em igrejas e *colleges* cristãos específicos. Assim como a Hillsong, a empresa também segue o estilo de cristianismo descolado. O site é sofisticado, exibindo fotos de brasileiros brancos de classe média em pontos turísticos de vários países do Norte Global, incluindo a Austrália. No Instagram, as postagens consistem principalmente em clientes jovens que dão testemunhos da presença de Deus, que os ampara durante as aventuras no exterior; para muitos, essa é a primeira viagem sozinhos. Essas narrativas são geralmente ilustradas com fotos de viagens ou vídeos curtos do TikTok. Visualmente, as postagens não diferem das de jovens seculares publicando suas viagens on-line. Em uma das minhas pesquisas de campo no Brasil, visitei a sede da Cristãos no Exterior em uma área nobre de Curitiba. A decoração hipster da empresa combinava com as roupas dos funcionários nas bancadas. Havia vários vasos de plantas, sofás com muitas almofadas, material publicitário emoldurado dos parceiros globais e um mapa-múndi, com fotos dos clientes fixadas nos diferentes países, pendurado em uma parede de tijolos brancos. Em outros lugares, havia pôsteres de jovens descolados em viagens com o logotipo da empresa. O interior da agência de viagens, assim como o site e contas nas redes sociais, exalavam entusiasmo, sucesso, modernidade e cosmopolitismo — características do estilo Hillsong.

Paulo, o proprietário da empresa, tinha por volta de 30 anos e ostentava barba e corte de cabelo *undercut*. Ele me recebeu para a entrevista com café expresso e atitude atenciosa. Graduado em Relações Internacionais, Paulo fundou a agência com outros dois parceiros que conheceu na universidade em 2007. Eles decidiram abrir a agência para profissionalizar um serviço que até então era informal — intercâmbios de voluntários entre igrejas eram comuns e geralmente organizados por pastores. Paulo me

disse que a empresa estava comprometida com a “excelência” em todas as suas negociações, ecoando um dos valores fundamentais da Hillsong. Ele via a Cristãos no Exterior como um “ministério,” já que seguia o conceito de “negócios como missão,” que aprendeu nos Estados Unidos. Ele explicou:

Esse é o ministério. Qualquer um pode organizar um intercâmbio por conta própria. Eles compram passagens na internet e se matriculam on-line no Hillsong College. No entanto, e a preparação do estudante para a viagem? Desenvolvemos um material educativo para os estudantes dentro de uma visão bíblica sobre o que é ser estrangeiro. Como Deus preparou seu povo para deixar a terra que habitavam? Quais são as coisas às quais você deve estar atento em uma nova cultura? Como você influencia uma nova cultura por meio do cristianismo enraizado no coração?

No capítulo 3, vimos que muitos brasileiros recorreram às igrejas quando estavam na Austrália como uma forma de se afastar da cena de festas e drogas dos estudantes internacionais. Paulo se preocupava com este contexto de festas e via a preparação pré-viagem de seus clientes como fundamental para mantê-los no caminho cristão. Ele acrescentou:

Eu realmente não concordo com essa ideia de que você aprende com o mundo. Tive muitos amigos da igreja que viajaram por outras agências e se perderam no exterior. Nunca mais os vimos na igreja; eles abandonaram seus ministérios. [No exterior] é tudo muito fácil de acessar [...] quando você não tem os pais ou a igreja por perto. Dizemos aos estudantes: ‘Lá você vai entender se sua conversão foi realmente verdadeira’.

Ele me disse que os clientes vinham de todo o Brasil por meio de um sistema de franquias, e que 70% deles tinham entre 18 e 24 anos, e os outros 30% eram mais jovens ou mais velhos. As mulheres representavam 70% de seus clientes, e a maioria era de estudantes universitárias de classe média. Eles viajam durante as férias ou adiam os estudos para viajar. Em 2015, a Cristãos no Exterior tornou-se representante oficial do Hillsong College

para o Brasil, depois de enviar muitos brasileiros para a escola e para as conferências da igreja ao longo dos anos, chegando ao pico de metade do número de estudantes brasileiros no College em 2014.

Paulo descreveu o desejo dos jovens brasileiros de ir às conferências da Hillsong e se matricular no Hillsong College de maneiras semelhantes às que ouvi durante quase uma década de pesquisa. A Hillsong funcionava como uma marca, conectando-se com os seguidores através do afeto e, então, da emoção (amor, desejo, entusiasmo). Em sua explicação, Paulo comparou a Hillsong com um iPhone, um objeto que inspira forte apego emocional nos usuários:

Os brasileiros idolatram a Hillsong. É muito automático. Nós nem temos a oportunidade de discutir outras instituições educacionais. Eles chegam dizendo: ‘Quero ir para Hillsong College, amo esse ministério’. Se você oferece outra coisa, e é literalmente [...] imagine-se em uma loja: ‘Vim comprar um iPhone.’ ‘Temos este Samsung aqui que é...’ ‘Não, vim comprar um iPhone.’ ‘Mas este faz a mesma coisa...’ Não há nada que os faça mudar de ideia.

Quando perguntei por que a Hillsong é tão idolatrada no Brasil, Paulo respondeu:

Eu entendo isso como uma questão de status... e vou ser muito sincero com você... Quando postamos uma foto no nosso Facebook de um estudante que está na Hillsong, e depois postamos uma foto de um estudante que está na África cercado de crianças, a foto da Hillsong recebe 600 curtidas e a da África cerca de 150, 200. A imagem que as pessoas têm da Hillsong aqui é de uma igreja de elite. É como, ‘Uau, o cara foi para aquela igreja [das músicas que] tocamos na nossa igreja!’

Aqui vemos novamente que os brasileiros usam a Hillsong para propósitos de distinção social. Ao se associar à megaigreja através do afeto, os jovens brasileiros alcançam o status de estarem conectados com uma igreja de elite, uma igreja com uma banda de celebridades que canta em inglês.

Ao fazer isso, eles conseguem deixar para trás sua posição no Sul Global e sentir que pertencem ao Norte moderno. A Cristãos no Exterior funciona como uma ponte segura que os leva até lá.

Conclusão

Neste capítulo, investiguei as infraestruturas que apoiam a expansão do estilo Hillsong entre os brasileiros de classe média. Analisei as infraestruturas relevantes — música e edifícios da Hillsong, sua presença on-line, sua rede e recursos de ensino, e, por fim, uma empresa cristã de intercâmbio que envia estudantes brasileiros para o Hillsong College e para as conferências da Hillsong. Argumentei que essas infraestruturas comunicam sucesso, entusiasmo, modernidade e cosmopolitismo em um país onde, como vimos, o pentecostalismo é associado às pessoas de baixa renda, à corrupção e à marginalidade. Demonstrei como os brasileiros usam essas infraestruturas para se distinguir do pentecostalismo das classes baixas, para se afastar (física e virtualmente) de sua posição de marginalidade no cristianismo e encontrar uma posição central de poder que sentem que a Hillsong ocupa.

Essas infraestruturas religiosas não funcionam separadamente, como tecnologias individuais, mas como uma arquitetura ou um sistema por meio do qual circulam pessoas, ideias religiosas, práticas, crenças e materialidades. Mostrei que essas infraestruturas religiosas evocam orgulho e entusiasmo ao oferecerem aos brasileiros a possibilidade de se tornarem modernos e cosmopolitas, de maneira semelhante às infraestruturas seculares construídas para trazer modernidade e evocar afeto. Como formas sensacionais, essas infraestruturas transmitem uma estética compartilhada que cria uma comunidade global. Elas proporcionam aos brasileiros a sensação de estarem copresentes com outras pessoas de mentalidade semelhante em diferentes partes do mundo, particularmente no Norte Global. Em geral, este capítulo chamou a atenção para atores humanos e não humanos e infraestruturas que movem a religião através das fronteiras.

Dei uma atenção especial para como a imaginação e as diferenças de poder moldam a mobilidade e a imobilidade. No próximo capítulo, seguiremos os jovens brasileiros em seu retorno à pátria e às igrejas locais, após viverem na Austrália, assim como os conflitos que surgem no Brasil em relação aos estilos de igreja.

O Retorno¹

Entrevistei Thiago em São Paulo, três anos depois de ele ter retornado ao Brasil. Conversamos em português, mas, em várias ocasiões, ele usava expressões em inglês, demonstrando que seus anos na Austrália foram significativos para sua formação. Thiago tinha 18 anos e acabara de sair do ensino médio quando partiu para a Austrália para estudar no College da Hillsong. Ele estava tão entusiasmado para ir que não realizou as provas de admissão para a universidade, apesar de suas notas excelentes durante o ensino médio. Seus pais ficaram chateados com isso, mas, como seu pai era pastor e tinha a própria igreja, eles o apoiaram. Após três anos de estudo, ele seguiu outros estudantes do College da Hillsong e se matriculou em um programa de bacharelado em teologia no Alphacrucis College em Sydney. No entanto, antes do início do novo ano letivo, sua mãe pediu que retornasse. Seu pai estava doente e ela precisava dele em casa. Ao chegar à sua cidade natal no coração do Brasil, ficou claro que a igreja estava sofrendo com a ausência de seu pai. Brigas internas levaram a uma divisão que deixou a igreja com um quinto de sua congregação. A igreja precisava se recuperar, e ele se ofereceu para lidar com essa situação e implementar o que havia aprendido na Hillsong. No início, os fiéis estavam satisfeitos com a maneira que Thiago trabalhava, mas a harmonia logo deu lugar ao desgaste. Ele atribuiu essa reação aos diferentes estilos e contextos sociais das igrejas brasileiras e da Hillsong. Ele explicou que, em seu terceiro ano no Hillsong College, cursou uma disciplina chamada “Global Ministering and Culture”, onde estudou

1 Capítulo traduzido para a língua portuguesa por Diego dos Santos Ribeiro, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebechi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

“um pouco de antropologia”. Isso o fez refletir muito sobre os motivos pelos quais as igrejas pentecostais brasileiras operavam dessa maneira.

Enquanto estávamos sentados em um café no animado bairro de Vila Madalena, numa manhã ensolarada, Thiago diagnosticou os males da sociedade brasileira — um desejo insaciável por poder e dinheiro e seus privilégios, como estar acima da lei. Ele observou como esses aspectos se manifestavam nas igrejas e as transformavam em instituições desacreditadas. Ao contar a história de luta para transformar a igreja do seu pai, ele refletiu sobre os problemas que havia enfrentado desde a juventude até os conflitos que o levaram a deixar de frequentar a igreja de seu pai no ano anterior. Começou dizendo que a governança das igrejas estava muito centralizada nas mãos dos pastores. Ele atribuiu isso a um modelo utilizado pela Igreja Católica, onde o padre detém muito poder. Como muitos evangélicos neo-pentecostais no Brasil são, em grande parte, oriundos da Igreja Católica, esta é uma possível explicação. Eu também sugeriria que essa centralização de poder se deve ao carisma dos especialistas religiosos e ao autoritarismo e patriarcalismo da sociedade brasileira.

Assim como os outros com quem conversei, Thiago criticou a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Para ele, o sucesso da IURD, devido ao caráter agressivo da Teologia da Prosperidade que privilegia coisas materiais, fez com que outras igrejas copiassem seu estilo. Como o leitor pode se lembrar, para muitos pentecostais brasileiros de classe média, a prosperidade do cristianismo descolado está relacionada a um desejo de se tornar parte do Norte Global (com suas celebridades, língua inglesa, roupas descoladas, canções de adoração famosas, igrejas glamorosas e foco na graça e no voluntariado), e não na promessa de que, uma vez que você faça doações para a igreja, Deus o recompensará dez vezes mais com bens materiais. Isso, é claro, tem a ver com a posição de classe — eles e/ou seus pais já têm casa, carros e empregos, e assim almejam um estilo de vida cosmopolita. Suas doações e dízimos são para financiar os esforços missionários da Hillsong e os trabalhos de caridade no Sul Global. De fato, Thiago explicou:

Comecei a perceber que muito do que acontece nas igrejas brasileiras é influenciado pela Igreja Universal. Eu vi as decisões que meu pai tomava. Ele estava tomando decisões para encher a igreja e não para preencher [o espírito das] pessoas. É a tensão que você tem quando lidera a igreja. ‘Nossa, a igreja do pastor está cheia... O que ele está fazendo?’ Ele está fazendo exorcismo. Ele está prometendo um carro novo. Ele está prometendo prosperidade... É tentador. Porque se a igreja não está cheia, as pessoas começam a questionar seu poder, questionar para onde você está indo.

Quando Thiago menciona a necessidade das igrejas em mostrar crescimento, ele está se referindo à ideia de que uma igreja bem-sucedida é um sinal do favor de Deus. Por sua vez, as pessoas entram para as grandes igrejas porque desejam ser tão bem-sucedidas quanto o pastor e, assim como ele (na maioria das vezes é um homem), receberem o favor de Deus. Ele continuou criticando a ganância dos pastores brasileiros e seu desprezo pelos pobres:

Poucas igrejas aqui investem em justiça social. As que estão mais focadas em oferecer [doações] têm os pastores mais ricos. Valdemiro² tem um monte fazendas! O pastor da Renascer foi pego com dólares escondidos nas roupas³. Conheço alguns pastores que não declaram renda. Eles alegam que não têm renda. Eles recebem ofertas. ‘Que oferta você recebeu este mês? Um carro no valor de R\$ 17.000. E no outro mês? Um apartamento no valor de R\$ 50.000.’ E eles não pagam impostos! Isso é antiético. Eles querem estar acima da lei; eles querem levar vantagem em

2 Valdemiro Santiago estabeleceu a Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD) em 1998, após deixar a IURD devido a um desentendimento com seu fundador, Edir Macedo. Hoje, a IMPD é uma das maiores megaigrejas do Brasil, com filiais em 27 países, segundo o site da igreja (<https://impd.org.br/igrejas>).

3 Os pastores fundadores da Igreja Renascer em Cristo foram acusados e presos por lavagem de dinheiro depois que o FBI descobriu que eles estavam contrabandeando grandes quantias para os Estados Unidos (2007).

tudo. Não é exemplar. É por isso que as pessoas se sentem magoadas com a igreja.

A maioria dos brasileiros reconheceria a frase usada por Thiago, “eles querem levar vantagem em tudo”, como uma referência ao oportunismo, à corrupção, e à falta de ética e cuidado com os outros na vida pública. A chamada Lei de Gerson foi cunhada na década de 1970 após Gerson, famoso jogador de futebol brasileiro, fazer um comercial de TV no qual ele dizia: “Gosto de levar vantagem em tudo, certo?”. O comercial de TV e o jogador foram amplamente criticados, e, desde então, a frase tem sido usada para apontar traços negativos na sociedade.

Thiago ficou mais animado quando me contou que o College da Hillsong havia preparado os alunos para retornarem para casa, alertando-os para não apontarem o dedo para o que achavam errado. “As pessoas vão ficar na defensiva e vão te achar arrogante”, alertaram os professores. Ele reforçou esse ponto citando John Maxwell, um pastor americano e autor de livros de liderança que são usados no College, como vimos no capítulo 4. “As pessoas não se importam com o que você sabe até perceberem que você se importa”, comentou Thiago. Ele então disse que o “choque cultural reverso”⁴ foi difícil para ele. Ele estava muito animado com o que havia aprendido no College porque funcionava muito bem para o crescimento da Igreja Hillsong. Ele suspirou: “Mas o que acontece lá não é normal. O que vivemos lá é fora da curva. Quando retornamos, somos lançados de volta para o mundo real.” Mais uma vez vemos como os jovens brasileiros associam a Hillsong e a Austrália à perfeição, excelência e ao extraordinário.

4 Gaw (2000, p. 83–84) define o choque cultural reverso como “o processo de readaptação, reaculturação e reassimilação à própria cultura de origem após viver em uma cultura diferente por um período significativo de tempo.” Enquanto as pessoas geralmente esperam um choque cultural ao se mudarem para outros países, a maioria não espera problemas quando retorna, imaginando que suas próprias culturas e famílias permaneceram inalteradas. Gaw observa que isso pode levar a “problemas psicológicos, como problemas acadêmicos, conflitos de identidade cultural, retraimento social, depressão, ansiedade e dificuldades interpessoais”.

Para eles, Hillsong e Austrália são locais dos sonhos onde se levam vidas emocionantes, cosmopolitas, éticas e milagrosas. Desse modo, Thiago e tantos outros associam esses lugares e suas características com a modernidade, que para eles é localizada no Norte Global. Quando retornam, a vida real bate à porta: eles precisam voltar para a universidade, encontrar um emprego, lidar com uma igreja que não é tão bem-sucedida, rica, “perfeita”, ética e emocionante quanto a Hillsong.

Thiago observou que todos na igreja do seu pai queriam mudanças, mas ninguém queria ser submetido às novas regras e aos sistemas que a igreja estava adotando. “Os líderes queriam ser tratados não como exemplos [de comportamento adequado], mas como exceções.” Ele me deu alguns exemplos disso, começando com um bem simples. Lembrou que as pessoas tinham que fazer fila para comprar o almoço na lanchonete da igreja. No entanto, “O pastor entrava pela porta lateral diretamente na cozinha, pegava o almoço e saía. Até meu pai fazia isso!” Ele observou como essa atitude se tornou problemática quando ele tentou profissionalizar a igreja:

Eu tive um problema com um pastor, por exemplo. Quando o contratei, dei a ele [um documento com] a descrição do trabalho: ‘Estas são as áreas que vamos solicitar de você.’ Ele olhou para o documento e disse: ‘Não quero fazer isso; não posso fazer aquilo; e isto não vou fazer.’ Eu achei estranho. Por exemplo, eu queria a lista de músicas do mês com antecedência. E ele disse: ‘Não, Deus fala comigo enquanto eu canto.’ Eu comentei: ‘Na nossa igreja, Deus fala com você um mês antes. Deus é onisciente. Ele sabe as músicas que quer que sejam tocadas na igreja pelo resto da vida. E quero que você treine novas pessoas para liderar a adoração.’ ‘Ah, eu não me sinto à vontade fazendo isso.’ ‘E outra coisa, quero que dê aulas de música para pessoas interessadas em entrar para o grupo de adoração da igreja. Afinal, você é o pastor da igreja.’ Ele ficou chateado, levantou-se da cadeira e disse: ‘Eu não sou um pastor de adoração! Eu sou um pastor de ovelhas!’ Eu não aguentei mais; isso me deixou furioso! Eu respondi: ‘E as pessoas que tocam música são o quê? Cabras?’ Ele saiu da igreja naquele momento.

Thiago relacionou os problemas que enfrentou na igreja do seu pai com os da sociedade brasileira:

Posso fazer uma analogia entre [as atitudes no] o cenário político nacional atual e as igrejas. As pessoas desejam poder pelo poder. Não para serem capazes de fazer diferença na sociedade ou na comunidade. Isso faz parte da nossa cultura; não é o que acontece apenas nas igrejas. É como se fosse: ‘Sou juiz. Estou acima das regras’.

A avaliação de Thiago é precisa. O antropólogo brasileiro Roberto DaMatta (1979) argumentou num estudo notório que, como a sociedade brasileira é autoritária e hierárquica, as leis não são aplicadas da mesma forma para todos. Aqueles com mais poder impõem seu privilégio, perguntando àqueles que tentam fazer valer a lei: “Você sabe com quem está falando?” Eles então mencionarão sua função/profissão (ou de um membro da família), que está diretamente associada à classe social. Exemplos incluem “Sou senador”, “Sou militar” ou “Meu pai é juiz”. Mesmo o sistema judicial diferencia aqueles que têm educação superior, em grande parte dos casos das classes médias, daqueles que não têm, os pobres. Os primeiros recebem privilégios especiais, como celas individuais e prisão domiciliar, enquanto os últimos são colocados em celas superlotadas. A filósofa Marilena Chaui (2012, p. 158-161) atribui as origens do autoritarismo no Brasil à sociedade colonial baseada na escravidão, onde o privado predominava sobre o domínio público. Ela argumenta que no centro está a hierarquia familiar (com o pai no topo), onde as relações sociais são entre superiores, que dão ordens, e inferiores, que obedecem a essas ordens. No passado, assim como no presente, o papel da lei era manter os privilégios daqueles no topo enquanto desconsiderava os que estão na base. Ela também identifica um fascínio pelos sinais de poder e prestígio, como o uso de títulos por aqueles que não os conquistaram, mas os utilizam para indicar superioridade. É comum no Brasil que homens com diploma universitário esperem ser chamados de “doutor” por aqueles que os servem.

Sugiro que um sistema hierárquico, autoritário e pré-moderno baseado no poder dos homens perante a família e a sociedade pode ser facilmente comparado ao poder dos pastores em relação ao rebanho. Como mostrarei no próximo capítulo, um dos problemas que os pastores da Hillsong tiveram que enfrentar ao trazer a igreja para o Brasil foram as relações hierárquicas de dependência entre pastores e fiéis. Em contrapartida, na Hillsong e em outras megaigrejas ocidentais, grande parte da administração da igreja é feita por voluntários treinados, dos quais se espera que ajam com certo grau de autonomia. As queixas de Thiago, então, refletem os conflitos que são gerados quando a Hillsong traz um sistema neoliberal e pós-moderno de relações de poder baseado na responsabilidade individual e na autonomia do indivíduo para o pentecostalismo brasileiro.

Como esperado, Thiago analisou a desigualdade de poder na sociedade brasileira e a contrastou com uma visão positiva da Hillsong e da sociedade australiana:

Isso é o que eu mais admiro na nossa igreja na Austrália. O pastor Brian se submete à estrutura que ele criou. Ele criou a base da igreja e se inseriu nela. Ele se reporta ao conselho, aos outros pastores, aos anciãos⁵. Há um círculo de responsabilidade. E isso não existe aqui. Aqui, o pastor é um ditador; ele está acima de tudo. A ética de trabalho da Austrália é muito diferente da do Brasil.

5 Segundo o site da Hillsong, “Na igreja primitiva, anciãos eram designados para fornecer exemplo, orientação e supervisão espiritual às igrejas (Atos 14:23). O foco principal era a saúde espiritual da igreja (1 Timóteo 4:14) (1 Timóteo 5:17–22) (Tiago 5:14). Eles foram escolhidos por causa da liderança pastoral, do estilo de vida exemplar e da disposição para servir (Tito 1:5–9) (1 Pedro 5:1–5). Na Igreja Hillsong, os pastores seniores globais e a equipe de liderança nomearam 11 anciãos” (<https://hillsong.com/australia/elder-ship>). Após Houston ser afastado em março de 2022, um dos anciãos renunciou quando o grupo de anciãos foi colocado contra a diretoria global sobre o futuro da igreja (Hardy, 2022).

Ao comparar ambas as sociedades, Thiago adota o imaginário brasileiro comum em relação à Austrália como um país sem divisão de classes e, portanto, perfeito porque faz parte do “Primeiro Mundo”, a expressão que os brasileiros geralmente usam para se referir ao Norte Global industrializado⁶. Embora a Austrália certamente seja mais igualitária do que a sociedade brasileira, a diferenciação de classe existe e tem aumentado nos últimos 30 anos (Connell e Irving, 1980; McGregor, 2001; Sheppard e Biddle, 2017; Threadgold e Gerrard, 2022). Há casos de pessoas privilegiadas tentando ficar acima da lei (Robertson, 2015; Scheikowski, 2008). Esse imaginário se torna mais poderoso porque é espiritualizado e incorporado na megagreja australiana. Alguns anos após essa entrevista, quando os escândalos na Hillsong vieram à tona e Brian Houston foi forçado a renunciar, foi este imaginário de perfeição e a responsabilidade que os brasileiros continuaram a usar e elogiar ao apoiarem a igreja. Na visão deles, o fato de os Houstons serem demitidos da igreja que fundaram mostrou a força da ética da Hillsong, onde ninguém está acima do código de conduta. Isso não teria acontecido no Brasil, onde escândalos eram comuns nas igrejas, mas os pastores mantinham seus empregos, me disseram.

Durante os difíceis 18 meses que Thiago passou tentando mudar a igreja do seu pai, ele recebeu orientação de seus professores do College e principalmente de seu reitor. Ele trocava mensagens ou conversava com eles pelo FaceTime. Depois de retornar para o Brasil, também acompanhava a Hillsong Australia on-line, assistindo aos cultos no canal do YouTube da igreja e lendo o blog. Ele inclusive organizou reuniões presenciais com outros brasileiros que haviam retornado ao país após estudar no College e estavam um pouco perdidos. Nessas reuniões, eles se conectavam de forma virtual com o diretor, o reitor e os professores do Hillsong College. As *affordances* (ou, praticidade e funcionalidade) da internet permitiam que

6 Para uma boa discussão sobre a construção da Austrália como uma sociedade sem distinção de classes pelos brasileiros, veja Wulfhorst (2011).

eles estivessem de volta ao College, na Austrália, sem sair do Brasil, e, assim, continuavam fazendo parte da Hillsong e da comunidade cristã global.

Após um ano e meio, ele sentiu que não podia fazer muito mais pela igreja de seu pai. Disse que “estava se sentindo desconfortável na igreja”. Esta é uma escolha interessante de palavras quando sabemos que a Hillsong produz “sujeitos confortáveis, entusiastas e leais” (Wade e Hynes, 2013), como discutimos nos capítulos 1 e 2. Quando a Hillsong anunciou que abria uma filial no Brasil, ele decidiu se mudar para São Paulo para ajudar no processo. Foi encarregado de treinar voluntários. Mas sua posição também era de voluntário: “Não é política da igreja contratar pessoas”, ele me disse⁷. Ele se tornou motorista de Uber para se sustentar. No entanto, foi contratado pela Hillsong para ajudar nas conferências de Los Angeles e Nova York devido às suas habilidades linguísticas e de liderança, o que mostrarei ainda neste capítulo. Quando perguntei por que ele abandonou a família e a vida em sua cidade no Brasil central, ele respondeu: “Eu sempre amei a Hillsong. Eu saí [da igreja do meu pai] porque sabia que a Hillsong era minha igreja”. Como vimos no capítulo 2, a Hillsong gera um afeto tão forte que funciona como um “mapa de significância” (Grossberg, 1992, p. 57) para os brasileiros ao se tornarem fãs. O afeto, como uma intensidade concretizada, impulsionava as pessoas a agir. Seu amor pela igreja o fez deixar para trás a família, os amigos e sua cidade e se mudar para São Paulo. Também o inspirou a planejar o retorno à Austrália para retomar os estudos e se juntar “à sua igreja” lá. Infelizmente, o valor da moeda brasileira havia caído enquanto ele estava no Brasil, e não tinha recursos suficientes para a viagem. “Mas meu coração ainda queima para voltar à Austrália. Deus sabe o que está em meu coração, e ele é fiel.” Thiago finalmente conseguiu retornar à Sydney em 2018 para concluir o bacharelado em Teologia. Ele ainda mora

7 Num estudo sobre a Hillsong em Amsterdã e Nova York, Klaver (2020, p. 125) observou como os voluntários desejavam se tornar funcionários em tempo integral na megaigreja, mas “na prática, a chance de realizar esse sonho é pequena, pois as funções remuneradas na Hillsong Church são muito limitadas”.

em Sydney e faz parte da congregação da Hillsong. Como podemos ver, a adesão ao Hillsong College na Austrália, quando ainda era bem jovem, mudou sua vida e ele adquiriu uma perspectiva cosmopolita. Isso fez com que sua terra natal se tornasse estranha, de modo que pudesse analisá-la como um estrangeiro, assim como antropólogos e migrantes costumam fazer.

* * *

Neste capítulo, acompanho jovens brasileiros que retornam da Austrália. Apresentei essa longa narrativa sobre as frustrações de Thiago e sua própria compreensão das causas, pois ela reflete muito bem outras histórias que ouvi de jovens brasileiros. A maioria deles estava aliviada por estar de volta à casa dos pais, pois isso significava que não precisavam mais lidar com o rebaixamento de status social, precariedade, gerenciamento financeiro, fazer compras, cozinhar e limpar a casa. No entanto, é também um período de dificuldades para eles na sua igreja brasileira. Isto contrasta com pesquisas realizadas com outros repatriados brasileiros. Por exemplo, na pesquisa com jovens brasileiros de ascendência japonesa que retornavam do Japão, Baeyer (2020, p. 155) observou que “embora sentissem falta do Japão e tivessem dificuldade para se ajustar à vida no Brasil, nos espaços religiosos eles conseguiam fazer novos amigos que tinham valores e crenças semelhantes, e assim facilitar o processo de retorno”. Sheringham (2013, p. 142) também observou que, para os migrantes brasileiros que retornavam de Londres, “o apoio fornecido pela religião era muito importante, assim como havia sido em Londres, ajudando-os a enfrentar os desafios da vida lá”. No entanto, para os brasileiros que foram para a Austrália em busca de um estilo de igreja diferente, esse consolo não existia quando voltavam para casa.

Certamente, nem todos lidaram com o “choque cultural reverso” da mesma forma, pois retornavam a contextos diferentes. Mas todos tentaram mudar as igrejas com diferentes graus de sucesso. Alguns ficaram tão frustrados que deixaram suas igrejas e foram procurar outra mais alinhada com

os novos valores. Eles as encontraram entre as que faziam parte da Rede ou Família Hillsong e/ou copiavam seu estilo. Como vimos no capítulo anterior, os pastores muitas vezes participam das conferências da Hillsong e algumas igrejas financiam os estudos de jovens pastores no Hillsong College para que pudessem trazer de volta o que aprenderam. Para esses pastores, a mudança é desejável como forma de crescimento da igreja, já que o novo estilo descolado atrai os jovens. No entanto, a história de Thiago demonstra que mesmo quando alguém é chamado de volta para ajudar a revitalizar a igreja dos pais, as estruturas existentes e os contextos sociais e culturais impedem a mudança de estilo. Entre aqueles que não conseguiram encontrar uma igreja adequada, alguns tomaram a decisão de ficar desajustados.

Eu argumento que as histórias dos repatriados que deixaram suas igrejas não são apenas uma consequência da desorientação causada pela migração do retorno e pelos diferentes estilos de igreja. Isso também se deve a dois outros fatores: falta de sentir-se em comunidade e poder de ação. Como mostrei no capítulo 3, para esses jovens que viajaram para a Austrália sem suas famílias, a igreja se tornou ainda mais uma “instituição social total” ou “ambiente total” (Wade, 2015; Wellman et al., 2019), do que é normalmente o caso para as congregações de megaigrejas e para os estrangeiros. Muitos moravam em casas e apartamentos compartilhados com outros membros da igreja e sentiam que estavam vivendo como a comunidade bíblica da igreja. No entanto, ao retornarem para casa, a igreja era apenas mais uma atividade na vida das pessoas e isso foi sentido como uma perda para esses repatriados. Além disso, o trabalho como voluntários, ajudando na administração cotidiana dos cultos da Hillsong, dava-lhes mais poder de atuação do que em suas igrejas, como vimos no capítulo anterior. Em contrapartida, as igrejas pentecostais brasileiras — com sua hierarquia rígida que oferece privilégios para aqueles no topo, e papéis definidos baseados em gênero, idade e estado civil e que refletem a sociedade brasileira — impossibilitaram que eles fizessem mudanças em suas igrejas.

De modo geral, demonstro que ao retornarem ao Brasil, estes estudantes sentem um apego mais forte à Hillsong e à Austrália. À medida que

se sentem presos no Brasil, o desejo de se conectar com o Norte Global e reforçar as identidades cosmopolitas são fortalecidos. De certa forma, como aqueles no exílio, eles sentem saudades do que consideravam a vida “dos sonhos” que tinham antes. Falar inglês e viajar para o exterior são, como mostrei ao longo deste livro, formas de acumular o capital cultural usado na distinção social. Portanto, muitos mantêm contato com outros ex-alunos do College localizados em outras partes do país, e nessas interações relembram da vida na Austrália e falam inglês (ou pelo menos utilizam palavras do inglês australiano em meio ao português, como Thiago fez na entrevista). Eles também conversam on-line e visitam os amigos estrangeiros do Hillsong College que também estão de volta à sua terra natal. Como Thiago, muitos mantêm contato regular com os professores do College. Após a abertura da Hillsong em São Paulo no final de 2016, assim como Thiago, alguns deixaram as famílias para trás mais uma vez, agora para se juntarem à igreja no Brasil. É evidente que as narrativas de retorno demonstram que, na pátria, é através da Hillsong que o sentimento de cosmopolitismo é gerado, fortalecido e vivido.

Tentando Mudar a Igreja

Muitas vezes, jovens brasileiros que estudaram ou serviram na Hillsong me contaram sobre sua frustração quando tentaram fazer mudanças em suas próprias igrejas após retornarem. Para aqueles cujos pais eram pastores, havia uma linha tênue entre serem bons filhos e lutarem para trazer mudanças que eles achavam que melhorariam as igrejas. Eles não tinham muita escolha além de permanecer e tentar mudar as coisas internamente. O leitor deve se lembrar de Paula, cuja história descrevi no capítulo 2. Depois de servir na Hillsong por um ano, ela voltou ao Brasil para descobrir que havia muito pouco que poderia mudar na própria igreja. Ela fez reuniões com líderes da igreja durante as quais compartilhou suas experiências na Austrália; escreveu uma carta ao ministério de adoração oferecendo ideias para melhorá-lo. No entanto, quando falei com ela cinco anos após

o retorno, eles não haviam implementado muito do que ela havia sugerido. Sua igreja ainda não tinha um grupo de jovens ou um pastor de jovens, como a Hillsong tem. Sua tristeza foi agravada porque os líderes da igreja não permitiam que ela liderasse o ministério de adoração, que era seu desejo, porque na época ela não era casada.

Patrícia, que estudou no Hillsong College e cujos pais eram pastores de uma igreja em uma grande cidade no estado de São Paulo, teve um pouco mais de sorte ao tentar implementar coisas que aprendeu no College. Ela percebeu que não eram apenas seus pais que ela precisava convencer para fazer mudanças:

O conselho de administração também precisa aprovar as mudanças. Eles costumam perguntar: ‘Por que você quer mudar algo que está funcionando?’ Então, não é fácil. Minha igreja mudou bastante, tendo em vista como era antes [de eu ir], mas uma coisa que eu sempre quis mudar é o púlpito com a Arca da Aliança bem ali no centro do palco. Eu disse: ‘Pessoal, não precisa disso. Coloca um púlpito portátil que possa ser deslocado para deixar o palco livre.’ Teríamos todo o palco para nós usarmos! O que acontece durante a adoração? O púlpito está no meio do palco, e metade da banda está de um lado e a outra metade do outro. Ninguém está no centro! É estranho. Mas foi uma coisa que eu não consegui mudar.

Patrícia conseguiu mudar outras coisas, principalmente porque essas mudanças já estavam ocorrendo em outras igrejas pentecostais no Brasil:

Por exemplo, há mais liberdade agora. As pessoas podem dançar e pular durante a adoração, graças a Deus! Antes, o ministério de adoração tocava usando camisa e gravata, e hoje podem tocar usando camisa polo. Não é apenas a liderança da igreja que estranha as novas atitudes. Às vezes você veste uma roupa e as pessoas perguntam: ‘Nossa, o que esse cara está fazendo no palco usando uma camiseta?’ Na Hillsong, eles tocam usando calças jeans rasgada! Estamos mudando a mente das pessoas pouco a

pouco. Precisamos mostrar que é só uma roupa; não uma coisa que influencia [nossa fé].

Para aqueles cujos pais não eram pastores, é mais fácil procurar outra igreja depois de retornarem. Carla é um destes retornados. Ela sentiu falta da “grande estrutura da Hillsong, da adoração” em sua igreja local, e também achou a teologia dos pastores “fraca”. “Eles não tinham visão, então eu não podia me submeter à igreja”, explicou⁸. Depois de um tempo, ela saiu e testou várias igrejas. Uma delas foi a Bola de Neve, uma megaigreja brasileira famosa pelo foco em juventude, informalidade e cultura do surfe: o altar é uma prancha de surfe, e a maioria dos seguidores tem tatuagens e piercings (Maranhão, 2013). No entanto, a visita a deixou “horrorizada”:

Não é o meu estilo. Eles gostam do reteté, entende; eles gostam de gritar. É como se estivessem tendo um ataque. As pessoas fazem todo tipo de coisas estranhas. Na Hillsong, você não vai ver ninguém perder o controle. Eu não gosto de pastores que gritam. Isso é coisa que os crentes fazem. Você não precisa gritar; eu consigo te ouvir.

Ela também discordou da duração dos cultos na Bola de Neve:

A Bola de Neve não tem controle de tempo. Louvor leva uma hora, e depois de 30 minutos eu já estou pensando: ‘Por favor! Quando é que a pregação vai começar?’ E a pregação finalmente começa, e não são quarenta minutos [como na Hillsong], ela dura uma, duas horas. Eu não aguento. Gosto que [na Hillsong] tenha horário para começar e para terminar. ‘Se você está aqui, vamos respeitar o seu tempo’. É algo muito australiano: você marca um horário e eles chegam pontualmente.

8 Ter uma visão é importante como um sinal de que os pastores têm discernimento espiritual. Eles são capazes de diferenciar entre o que é obra de Deus e o que é obra do Diabo. Ao aderir ao mundo dos negócios, na Hillsong, a visão também diz respeito ao estabelecimento de metas para a igreja. Todo ano, o Pastor Sênior da Hillsong apresenta sua visão para a igreja no Domingo da Visão, no início de fevereiro.

No capítulo 1, discuti como “crente” e “reteté” são usados como termos pejorativos para se referir a pentecostais pobres e às práticas de suas igrejas. O que considero digno de nota nesse caso é que Carla rejeita uma igreja que é totalmente dedicada à cultura jovem e mais alinhada com igrejas de buscadores, porque ainda retém traços das igrejas pentecostais brasileiras (gritos, perda de controle, falta de gerenciamento do tempo). Depois de muitas tentativas frustradas, Carla finalmente se estabeleceu em uma igreja que faz parte da Rede Hillsong. Ela conheceu os pastores quando eles participaram de uma conferência da Hillsong em Sydney enquanto ela estava estudando no Hillsong College. Quando ela voltou ao Brasil, eles a convidaram para visitar a igreja quando o pastor da Hillsong, Chris Mendez, veio pregar. Ela sente que a nova igreja brasileira tem “uma visão” porque estão abertos a aprender com outras igrejas mais bem-sucedidas, como a Hillsong.

Alguns que deixaram as igrejas locais não tiveram tanto sucesso quando procuraram uma igreja mais adequada e ficaram desigrejados até que a Hillsong abriu uma filial em São Paulo. Depois de estudar três anos no Hillsong College, Claudia, que conhecemos no capítulo 4, disse que estava frustrada por ser obrigada a servir no ministério infantil em sua igreja no Brasil. Ela sentia que não levava jeito para isso. Ela queria, mas não conseguiu liderar o ministério de produção de vídeos, o curso em que se formou no Hillsong College, porque, como mulher solteira, ela não podia liderar homens e mulheres. Ela procurou outras igrejas, mas os problemas de sexismo e desorganização persistiram. Como muitos outros brasileiros que entrevistei, sua frustração era tão grande que ela desistiu totalmente de frequentar a igreja. Ela fez bons amigos brasileiros e estrangeiros no College e se sentia bem por manter contato com eles nas redes sociais, nas chamadas de vídeo e nos encontros presenciais.

Assim como Thiago, quando a Hillsong anunciou que abriria uma filial em São Paulo, ela decidiu se mudar para a cidade para ser voluntária na igreja. Finalmente usaria o que havia aprendido sobre liderança para dirigir um grupo de voluntários que trabalham nas câmeras durante o culto.

No entanto, também teve que ensinar as mesmas coisas que aprendeu no Hillsong College — excelência, pontualidade, planejamento e incentivo — para a equipe de jovens brasileiros que não estudaram no College. Em um estudo sobre a Hillsong na Holanda, Klaver (2021, p. 44) observou uma situação semelhante. Os jovens estrangeiros muitas vezes sentiam que na igreja dos pais eles eram impedidos de ocupar cargos de poder porque não eram casados ou não tinham constituído família. Ela observou: “Por outro lado, eles se sentem bastante valorizados e apreciados na Igreja Hillsong quando se engajam como voluntários e têm oportunidade de chegar a cargos de liderança”.

Uma pastora brasileira de uma igreja que pertence à Família Hillsong, e que estudou com o marido no College por um ano, identificou a desigualdade de poder nas igrejas brasileiras como razão pela qual os que estão retornando sentem-se frustrados. Descreveu como, após seis meses no College, ela e o marido se tornaram líderes de recepção durante um culto na capela no complexo da sede da Hillsong. Ela explicou que, como esperavam muitas pessoas, tiveram que trazer cadeiras extras do prédio principal:

Muitos dos pastores daquele culto estavam meio que sob a nossa autoridade. Um daqueles pastores era Ben Houston, que está em Los Angeles e que é filho do Brian! Ben estava lá como todos os outros, carregando cadeiras e apontando assentos livres para que as pessoas se sentassem. Então, isso para a cultura brasileira... Temos casos de pessoas vindo aqui para a igreja... [por exemplo] um casal com quem saímos para jantar, e ele disse: ‘Não acredito que estou jantando com os meus pastores! Na minha outra igreja era muito difícil ter acesso ao meu pastor’.

Seu marido acrescentou: “Os pastores são semideuses [no Brasil]. Quando não estou pregando, estou servindo no estacionamento. E as pessoas dizem ‘Hã?!’ Porque qual é a cultura [brasileira]? ‘Meu pastor é um semideus’.” É compreensível que os brasileiros, criados numa sociedade altamente desigual e autoritária, onde poder significa estar acima das

regras e da lei (Chauí, 2012; DaMatta, 1979), achem extraordinária a atitude modesta dos pastores australianos da Hillsong. Isso é algo que Thiago também observou nas interações com pastores brasileiros na igreja do seu pai, como vimos antes. O traço igualitário da sociedade australiana pode ser explicado pelo histórico de antiautoritarismo e anticlassismo como forma de combater os costumes elitistas britânicos no novo território (Elder, 2007). O historiador Russel Ward (1992, p. 179–180) argumentou que, historicamente, o antiautoritarismo faz parte do “caráter nacional australiano”. Segundo ele,

De acordo com o mito, o ‘australiano típico’ é um homem prático, rústico em seus modos e rápido para denunciar qualquer aparência de arrogância nos outros. Ele é um grande improvisador, sempre disposto ‘a tentar’ qualquer coisa... Ele acredita que Jack [um homem comum] não só é tão bom quanto seu chefe, mas, pelo menos em teoria, provavelmente é muito melhor, e por isso é um grande ‘depreciador’ de pessoas importantes... Ele é uma pessoa ferozmente independente que odeia obsequiosidade e autoridade, sobretudo quando essas qualidades estão incorporadas em oficiais militares e policiais.

Para Ward (1992, p. 180), esse caráter nacional foi construído com características derivadas de homens rurais (“empregados rurais, vaqueiros seminômades, pastores, tosquiadores, condutores de bois, criadores de gado, vigias de fronteira e peões de fazenda”) do século XIX. A maioria deles era, de fato, presidiários irlandeses ou ex-presidiários que tiveram que lidar com oficiais britânicos na colônia. Embora Ward pinte um quadro patriarcal e histórico, e as diferenças de classe tenham crescido na Austrália contemporânea, esse mito nacional continua a afetar a forma como a nação se compreende. Kapferer (1988) argumenta que ao longo do tempo essas qualidades se traduziram nos conceitos contemporâneos de “companheirismo” (*mateship*), “igualdade de oportunidades” (*fair go*) e “autenticidade” (*true blue*) do australiano.

O proprietário da Cristãos no Exterior — a empresa de intercâmbio estudantil que envia brasileiros para a Austrália e para o Hillsong College, mencionado no último capítulo — estava bem ciente das dificuldades enfrentadas pelos clientes ao retornarem ao Brasil. Em uma entrevista na sede da empresa em Curitiba, ele explicou que os repatriados sofriam com o “choque cultural reverso”. Eles não se sentiam mais pertencentes à pátria, uma vez que seus amigos e o país haviam mudado enquanto estavam fora. Além disso, aqueles que estudaram para o ministério no exterior muitas vezes se sentiam frustrados por não conseguirem aplicar o que aprenderam nas igrejas locais. Ele me disse: “Às vezes, o pastor é muito fechado — a igreja não tem aquela ‘pegada’ — então você meio que tem que enterrar o que aprendeu. Não ser capaz de fazer nem mesmo uma pequena mudança... Isso é de fato frustrante!” Assim como Carla, um dos exemplos que ele me deu de choque cultural reverso dos brasileiros foi o gerenciamento de tempo. O cronograma preciso dos cultos da Hillsong, onde eles começam e terminam no horário exato, era importante para eles, mas não era encontrado nas igrejas locais:

Na Austrália, os estudantes [brasileiros] do Hillsong College ficam impressionados [com a pontualidade] [...] Quando é hora de começar o culto, tocam a primeira nota musical; o culto termina exatamente no horário certo, quando a última nota é tocada. Pense no choque para um cara que volta [para sua igreja] quando o serviço está começando e o pastor ainda está na porta dando as boas-vindas às pessoas que chegam atrasadas como de costume, e você nunca sabe quando o culto vai terminar! Então, eles dizem ao pastor: ‘Precisamos ter um horário para cada coisa. Precisamos organizar o culto’. E o pastor responde: ‘Não funciona assim aqui, vocês estão muito animados, mas...’

O leitor pode se lembrar que os estudantes aprenderam e admiraram a atitude da modernidade em relação ao cumprimento de horários e à disciplina do tempo, que associaram ao status de “Primeiro Mundo” da Austrália, algo também mencionado anteriormente por Carla. É essa

associação que está em jogo aqui. A forma como a Cristãos no Exterior apoia seus clientes no retorno é por meio de uma perspectiva cristã:

O choque cultural reverso é amenizado quando você entende que não é cidadão desse mundo. Você nasceu no Brasil, mas está apenas de passagem tanto pelo Brasil quanto por qualquer outro lugar aqui na Terra. Quando você se concentra na eternidade, as pessoas se tornam mais flexíveis.

Sua abordagem é relativizar as experiências profundamente culturais que os clientes têm em diferentes países e torná-las subordinadas à cultura maior e abrangente do Reino. As experiências cosmopolitas de nascer no Brasil e viver em outros “lugares na Terra” são transferidas para a grande cultura a qual todos pertencem. Essa racionalização é semelhante à dos jovens brasileiros que se sentiam perdidos e passaram pelo rebaixamento de status social na Austrália, como vimos no capítulo 3. Eles afirmaram que sua cidadania estava no Reino de Deus. No entanto, a cultura local ainda é importante. A vida na Austrália transforma a subjetividade. Lá, eles começam a enxergar a própria sociedade e a cultura pentecostal com outros olhos, como vimos anteriormente na narrativa perspicaz de Thiago.

Tornando-se Desigrejados

Como resultado das tentativas fracassadas de encontrar igrejas brasileiras semelhantes à Hillsong, muitos que retornaram acabaram se tornando desigrejados. Roberto, que estudou por três anos no Hillsong College, me disse: “[Quando retornei], os jovens estavam deixando a igreja. A igreja era um desastre; todo mundo estava saindo porque a igreja era chata. Era como uma igreja para idosos.” Ele explicou que, dos 30 amigos que retornaram depois de servir ou estudar na Hillsong, apenas três ou quatro ainda frequentavam a igreja. Seus amigos justificaram a decisão dizendo: “É porque não encontrei uma igreja que fosse como eu”; “Tive problemas com meu pastor”; “Voltei para minha igreja, e não era nada do que eu queria e agora

estou meio perdido”; ou “Estou indo a diferentes igrejas aqui e ali.” Roberto acrescentou outro elemento importante que contribui para esta atitude dos que retornam: “Eles querem a perfeição que existe lá, mas você não vai encontrar em nenhum outro lugar.” A perfeição, como vimos, faz parte do imaginário que os brasileiros têm do Norte Global, algo que se torna real pela ênfase da Hillsong na gestão do tempo, na excelência e nos altos valores de produção dos cultos e produtos.

Essas conclusões refletem os resultados da pesquisa do Datafolha realizada com jovens brasileiros entre 16 e 24 anos em maio de 2022 (Carrança, 2022). Em todo o país, 25% destes jovens afirmou não ter religião (em comparação com os 14% entre a população adulta). Nas cidades mais populosas e desenvolvidas do país, esta percentagem é ainda maior. Em São Paulo, 30% afirmaram não ter religião, um número acima do total de protestantes (27%), católicos (24%) e outras religiões (19%) da cidade. No Rio de Janeiro, 34% não tinha religião, igualmente um número acima dos protestantes (32%), católicos (17%) e outras religiões (17%) da cidade. Assim como em outras partes do mundo, não ter religião não significa ser ateu, mas sim que têm uma religiosidade fluída e não pertencem a uma instituição religiosa. Os estudiosos atribuíram o crescimento dos “sem religião” entre os jovens a dois fatores: o declínio histórico do catolicismo e os jovens que deixaram as igrejas pentecostais. No mesmo relatório, a socióloga Regina Novaes observou:

As novas gerações de evangélicos, criados na igreja, mas que passam a ter problemas com seus pastores, por questões morais, comportamentais, por críticas políticas ou com relação à maneira de conduzir a igreja. Muitos desses jovens vão para outras igrejas, como as alternativas ou inclusivas. Mas há um outro grupo que passa a se definir através de uma palavra nova: são os ‘desigrejados’, jovens que seguem partilhando do mundo evangélico, mas que ficam sem igreja.

Em outro relatório sobre os resultados da pesquisa, o teólogo Rodolfo Capler (2022) explicou o fenômeno com estas palavras:

O perfil dos pentecostais mudou bastante. Hoje, eles desejam participar das decisões institucionais das comunidades de fé. Eles almejam ambientes mais democráticos e transparentes e são muito mais flexíveis em relação ao comportamento.

Esses fatores — o conservadorismo e autoritarismo das igrejas brasileiras e a conscientização dos jovens de um mundo maior — são semelhantes aos que levam os repatriados da sede da Hillsong na Austrália a mudar de igrejas ou se tornar desigrejados. Além disso, acredito que uma diferença nas formas sensacionais também seja uma razão importante. A falta de excelência, baixos valores de produção e profissionalismo, e cultos intermináveis em salas iluminadas não oferecem a mesma experiência corporal, emocional e espiritual que eles têm nos cultos da Hillsong.

Fortalecendo Identidades Cosmopolitas

Glick Schiller et al. (2011, p. 402) cunharam o conceito de “sociabilidade cosmopolita” para explorar as interações cotidianas nas quais “as pessoas se reúnem no mesmo lugar ou no ciberespaço em torno de algum ponto de interesse compartilhado que não é primariamente utilitário”. De acordo com estes pesquisadores (2011, p. 402), a sociabilidade cosmopolita “consiste em formas de competência e habilidades de comunicação que se baseiam na capacidade humana de criar relações sociais de inclusividade e abertura para o mundo”. No capítulo 2, vimos como esses jovens brasileiros, que compartilhavam o sonho de se juntar à Hillsong na Austrália, se conectavam de forma ativa por meio de afetos e práticas cotidianas orientadas para identidades cosmopolitas. Eles entravam para fãs clubes dedicados à Hillsong nas redes sociais, trocavam CDs, se encontravam em shows de bandas de adoração, seguiam pastores famosos nas redes sociais,

aprendiam inglês e assim por diante. Em vez de “utilitárias”, essas reuniões e trocas eram sobre afetos, sonhos e aspirações por uma vida e uma igreja que poderiam ser diferentes.

Quando retornaram ao Brasil, eles mais uma vez exerceram práticas relacionais cotidianas de sociabilidade cosmopolita. Os repatriados me disseram que o tempo na Austrália não foi apenas um período de aprendizado sobre si mesmos e como se tornar adultos. Eles também aprenderam inglês e fizeram amizades com pessoas de todo o mundo. Enquanto a internet lhes oferecia a possibilidade de conversar diária ou semanalmente com os novos amigos, o status de classe média que tinham permitia que viajassem para ver os amigos brasileiros que moravam em outras cidades, bem como os amigos estrangeiros que comemoravam marcos em suas vidas, como casamento. Claudia observou que as amizades do College continuaram depois que ela retornou:

Por exemplo, passei férias em Florianópolis porque uma amiga minha da Hillsong estava chegando da Austrália para passar nove dias na casa dos pais dela. Acabei passando um mês na casa deles! [Depois] Fui para Curitiba para ver outro amigo que tinha morado comigo. No dia em que cheguei em Curitiba, mais quatro pessoas que também eram da Hillsong chegaram. Então acabamos vendo todo mundo o tempo todo. Por mais que pareça que você passou seis meses sem ver ninguém, você está sempre vendo alguém. [É uma] rede. E [essa rede] é ótima para desabafar as frustrações que todos nós temos.

Ao se reunir com amigos de todo o Brasil, Claudia formou uma rede de nostalgia e cuidado. Isso também fica claro na forma como os pais da amiga a acolheram por um mês inteiro como uma filha quando a própria filha retornou para a Austrália. Quando perguntei a Claudia se ela tinha sentido falta do Brasil quando morou na Austrália por três anos, ela respondeu: “Pelo contrário! Quando cheguei ao Brasil, senti mais falta da Austrália do que senti falta do Brasil quando estava lá.” Essa nostalgia

mostra a importância da experiência no exterior em sua vida e as dificuldades que encontrou ao retornar.

A rede de nostalgia e cuidado também foi o principal fator para alguns repatriados organizarem encontros mais formais entre ex-alunos brasileiros do Hillsong College e professores australianos. Essas “*reunions*” transnacionais aconteceram em várias cidades brasileiras ao longo dos anos. O fato de os retornados terem usado a palavra inglesa “*reunion*” em vez de sua correspondente em português (reunião) mostra a importância do inglês no Brasil e o papel fundamental resultante da língua na experiência desses jovens na Hillsong. Para se conectar com outros repatriados e professores australianos, eles usam uma forma híbrida. Os brasileiros iam de avião para se encontrar pessoalmente com outros brasileiros e se conectavam com a equipe do Hillsong College via *Google Hangout*. Nessas reuniões, primeiro adoravam, liam passagens da Bíblia e oravam entre si, e depois faziam uma transmissão ao vivo com a equipe australiana. Esses encontros eram organizados para que os estudantes pudessem discutir suas frustrações a respeito do choque cultural reverso e receber ajuda e estratégias da equipe do Hillsong College para lidar com esse problema. As “*affordances*” das chamadas on-line fez com que eles se sentissem copresentes na Hillsong, com seus antigos professores, e no Brasil, com os outros ex-estudantes. Anos depois, esse grupo de ex-alunos do Hillsong College formou o núcleo de voluntários quando a Hillsong abriu uma filial no Brasil, como veremos no próximo capítulo. Sheringham (2013, p. 137-138) identificou um papel semelhante da internet na sua pesquisa sobre brasileiros que retornam de Londres:

Entre os estrangeiros que retornam, o uso da internet para manter contato com a vida religiosa em Londres revela outra maneira pela qual as fronteiras entre aqui e lá, antes e depois, se tornam borradas à medida que os estrangeiros participam de um espaço religioso transnacional.

Os repatriados também mantiveram conexões com os amigos estrangeiros que fizeram no College. Por exemplo, Juliana viajou para o Alabama para ser dama de honra no casamento da melhor amiga. No casamento, havia um grande grupo de amigos dela do College vindos de todo o mundo. Depois da festa, Juliana e uma amiga boliviana do College viajaram para Miami de férias. Juliana me disse que eram “amigas para a vida toda”. Ela também disse que teria um lugar para ficar em qualquer lugar do mundo por causa dos estudantes que conheceu no College. Claramente, o College ofereceu a Juliana uma oportunidade de aprimorar suas habilidades de sociabilidade cosmopolita e estar aberta ao mundo.

Mas para Thiago, que conhecemos no começo deste capítulo, o status pós-College rendeu a oportunidade de participar da cultura de celebridades da Hillsong. Ele foi convidado para ser voluntário em “relações públicas” na primeira conferência da Hillsong em Los Angeles. Ele explicou:

Relações públicas é uma parte da nossa igreja que precisa de pessoas que já conheçam o trabalho e sejam confiáveis. Eu tinha feito isso no Hillsong College. Eu levava os principais pastores por aí; [eu levei] o cara que é o estilista do Justin Bieber. Você tem que ser profissional. Não dá para dizer, ‘Me arranja um ingresso para o show do Justin’, entende?

Ele continuou descrevendo o trabalho: “Eu tive que chegar bem antes em Los Angeles para aprender a me locomover pelo aeroporto, pela cidade etc. A conferência foi no Nokia Theater, onde eles fazem o Grammy! Eu paguei as passagens, mas eles arcaram com a acomodação e o carro.” O trabalho também envolvia proteger as celebridades da Hillsong dos fãs, uma situação semelhante ao que acontece com celebridades seculares.

Eu tinha que buscar o Carl [Lentz] e o Judah Smith e andar na frente deles, cumprimentando as pessoas que queriam cumprimentá-los enquanto eles se dirigiam para a Sala dos Convidados. Se eu não fizesse isso, eles não conseguiriam andar! No final da

conferência, as pessoas estavam enlouquecidas pedindo fotos com a Taya [Gaukrodger]⁹.

Recentemente, alguns alunos do Hillsong College do Norte Global e membros da congregação da Hillsong na cidade de Nova York reclamaram desse trabalho voluntário extra, chamando de exploração, como vimos no capítulo anterior. O podcast da Discovery+ “Hillsong: A Megachurch Shattered” também realizou entrevistas com jovens que serviram em Nova York e que ficavam revoltados por serem obrigados a dirigir para Lentz e outros pastores VIP pela cidade. No entanto, para Thiago e outros brasileiros, esse trabalho voluntário significava a porta de entrada para o sonho da cultura de celebridade e cosmopolitismo. O fato de Thiago pagar pelos próprios voos para fazer esse trabalho gratuitamente revela sua classe social e o investimento emocional na megaigreja. Ele também se sentia valorizado como pessoa confiável, alguém que recebeu o treinamento certo para fazer esse trabalho.

Conclusão

Neste capítulo, vimos como a localidade ainda é importante para a expansão global do pentecostalismo. São as diferenças de estilo entre a Hillsong e as igrejas brasileiras, derivadas não apenas de um foco na idade e classe social, mas também das sociedades onde se originaram, que tornam tão difícil o retorno dos jovens brasileiros às igrejas brasileiras. As formas sensacionais da Hillsong são semelhantes às das igrejas de buscadores, como vimos ao longo deste livro. Mas o estilo organizacional e as interações cotidianas mais igualitárias que permitem que voluntários e estudantes universitários

9 Como mencionado antes, Carl Lentz era o pastor celebridade da cidade de Nova York na época. Ele foi demitido por ter casos extraconjugais e por mau uso dos fundos da igreja em 2020. Judah Smith, pastor sênior da Churchome, é frequentemente convidado para pregar em conferências da Hillsong e estende esse convite para o Pastor Sênior Global da Hillsong pregar em sua igreja. Taya Gaukrodger (nascida Smith) é a líder de louvor da Hillsong United.

conduzam muitas das atividades diárias da igreja, sem levar em conta gênero, idade e estado civil, estão alinhados com o igualitarismo da sociedade australiana. Durante o tempo que passam na Austrália, os brasileiros aprendem uma outra forma de ser pentecostal — buscando a excelência, sendo pontuais, tornando-se líderes enquanto voluntários, tratando os outros que são superiores como iguais. Como Meyer (2009, p. 10-11) nos lembra, esse estilo estético compartilhado “é central para os processos de subjetivação [e] modula... as pessoas em uma formação sociorreligiosa”, sobretudo quando são tão jovens e estão sozinhos em um novo país.

Eles retornam da experiência imersiva na Hillsong cheios de entusiasmo para transformar suas igrejas em exemplos positivos para a sociedade brasileira. No entanto, os pastores resistem à mudança. O estilo organizacional das igrejas brasileiras está relacionado à história e à sociedade do país, onde o poder e os privilégios geralmente estão concentrados nas mãos dos homens — pais, políticos, pastores. Aqueles cujos pais eram pastores tinham a difícil tarefa de tentar fazer mudanças sem desagradá-los. Outros deixaram suas igrejas originárias e foram em busca de uma igreja que seguisse o estilo semelhante ao da Hillsong. Muitos não conseguiram encontrá-la e se tornaram desigrejados. Para os brasileiros, há também uma dimensão ética nessa procura. Muitos dos que entrevistei viam as distinções sociais menos rígidas na sociedade australiana, a maneira como os pastores se relacionavam com eles informalmente e de uma maneira mais igualitária, e como eles eram responsáveis por suas ações, como uma maneira desejável e moral de “fazer igreja”.

Ao retornar, eles se esforçaram para manter a visão cosmopolita. Seja on-line ou offline, criaram redes transnacionais de nostalgia e cuidado. Antigos alunos e professores do Hillsong College os apoiaram durante o difícil retorno. No próximo capítulo, veremos como a Hillsong lidou com os costumes sociais brasileiros e ofereceu a esses jovens um lar ao estabelecer uma filial no país.

Criando Raízes e Espalhando Sementes¹

Quando a Hillsong se estabelecer em São Paulo, não será fácil transformar uma multidão em uma família. Todos virão de uma cultura de igreja diferente e a Hillsong terá que desconstruir essa cultura antes de reconstruí-la. Em Sydney é mais fácil porque a Hillsong é a igreja local, mas no Brasil as culturas de igreja local são mais fortes do que a cultura da Hillsong.

Estudante brasileiro do Hillsong College em Sydney

Neste último capítulo, discorro sobre a criação da Hillsong São Paulo e como o estilo da Hillsong se espalha pelo país, tanto de forma virtual quanto presencial. Enfoco os desafios enfrentados pela megaigreja no Brasil, que não só trazem à tona questões decorrentes da expansão global da igreja por meio da criação da marca Hillsong (*branding*) e dos fãs clubes (*fandom*), mas que também evidenciam as tensões naturais que surgem quando uma rede global cria raízes em um contexto local. Argumento que como uma megaigreja com filiais em diversos países, com culturas evangélicas distintas, o estilo da Hillsong precisa ser ajustado a fim de se mostrar ao mesmo tempo inclusivo, e, portanto, relevante para os jovens, e conservador, possibilitando sua expansão global. No Brasil, o lado inclusivo da Hillsong e sua hierarquia, de certa forma mais igualitária, precisaram se acomodar a um estilo mais conservador e autoritário das igrejas evangélicas brasileiras.

Enquanto no capítulo anterior foram analisados os conflitos que surgiram após o retorno dos jovens brasileiros da Austrália, neste o foco recai sobre essas diferenças de estilo, isto é, as igrejas como instituições. Antes de se estabelecer em São Paulo, a Hillsong precisou treinar um grupo grande

¹ Capítulo traduzido para a língua portuguesa por Julia Silva de Souza, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebecchi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

de voluntários que pudessem replicar o estilo de culto da Hillsong. Por si só, isso já se revelou um desafio, pois esses voluntários estavam imersos em uma cultura mais conservadora. Além disso, com receio de perderem seus jovens para a Hillsong, as igrejas brasileiras reagiram de duas maneiras: criticando a megaigreja ou adotando e adaptando seu estilo. Assim, o estilo da Hillsong se espalha pelo país não só criando raízes, ao estabelecer filiais, mas também espalhando como um rizoma, quando outras igrejas adotam e adaptam o seu estilo.

Preparando o Terreno em São Paulo

Após estabelecer filiais bem-sucedidas em Londres (1992), Paris (2005), Estocolmo (2009), Nova Iorque (2010), Amsterdã (2012), e em outras cidades globais, a Hillsong partiu para conquistar a América do Sul. Em julho de 2015, o pastor australiano Chris Mendez, filho de pais argentinos que emigraram para a Austrália na década de 1970, mudou-se com a família para Buenos Aires para implantar uma nova filial da Hillsong, que se tornaria a sede da América Latina. Ao mesmo tempo, Mendez começou a viajar para o Brasil para começar a semear um novo campus em São Paulo. Na cidade, a maioria dos jovens brasileiros que haviam sido voluntários na Hillsong de Sydney, Londres, Nova Iorque e em outras filiais ou haviam estudado no Hillsong College esperavam ansiosamente a convocação para atuarem como voluntários na igreja. Os fãs das bandas de louvor da Hillsong também estavam animados para fazer parte da igreja. Afinal, há anos eles imploravam para a Hillsong se estabelecer no país – pessoalmente, durante os shows das bandas, e nas redes sociais.

Conforme esperado, desde fevereiro de 2015, quando saiu a notícia de uma futura filial em São Paulo, houve um frenesi de mensagens e fofocas nas redes sociais brasileiras, em sites de notícias religiosas, e até mesmo nas mídias não religiosas. Em maio, quando a conta oficial do Facebook da Hillsong São Paulo anunciou uma noite de informações em uma casa de shows no Jardim Europa, um bairro de classe alta, o perfil foi bombardeado

por comentários e perguntas. Muitos perguntaram se tinham que comprar ingressos para o evento, demonstrando que havia uma confusão entre show da banda e a igreja no imaginário destes jovens brasileiros. Os ingressos grátis se esgotaram rapidamente e naquela mesma noite ocorreu uma segunda sessão de informações. Meses depois, quando o então pastor sênior, Brian Houston, liderou pessoalmente uma dessas noites, o espaço estava tão lotado que, enquanto duas mil pessoas conseguiram entrar, outras duas mil e quinhentas pessoas ficaram de fora depois de esperarem por horas na fila em uma noite chuvosa. Havia pessoas de diversas partes do Brasil nesse evento. Nem mesmo os líderes da Hillsong esperavam tanto sucesso. Nos dois anos seguintes, as várias outras noites de informações e noites de DNA² também atraíram tantas pessoas que foi preciso realizar mais de uma sessão por noite. Além disso, os pastores da Hillsong do mundo inteiro começaram a participar desses eventos, geralmente depois que visitavam a sede de Buenos Aires. A igreja finalmente abriu as portas no final de outubro de 2016.

Quando eu perguntei aos pastores brasileiros da Hillsong porque houve um intervalo de dois anos entre o anúncio dos planos de abrir uma filial e a inauguração da igreja, eles me deram vários motivos. A igreja estava focada primeiramente na consolidação da filial de Buenos Aires. Eles estavam resolvendo alguns problemas iniciais (procurando um lugar, treinando voluntários, traduzindo e publicando os livros de Brian Houston, resolvendo burocracias). Também precisavam garantir que houvesse uma grande quantidade de voluntários treinados e de fiéis nos cultos. Como observou Porter sobre a implantação da Hillsong Oxford, “A padronização é importante para produzir uma verdadeira experiência Hillsong” (2017, p. 172). Argumento que essa atenção aos detalhes está relacionada com a

2 O pastor responsável pela inauguração da Hillsong na Suécia explicou que “A Noite de DNA é basicamente um encontro voltado para tópicos sobre liderança e sobre a missão e a cultura da sua igreja. Isso é muito importante antes de abrir uma nova filial porque envolve as pessoas na missão e no coração da igreja.” Veja em: <https://hillsongstaging.com/collected/ru/blog/2016/06/3-foundations-of-a-new-campus/>.

necessidade de preservar uma das características mais importantes da Hillsong, e que é especialmente importante para os brasileiros: a excelência.

Enquanto isso, o anúncio de que a Hillsong estava chegando ao país causou grande comoção nos círculos evangélicos brasileiros. Como visto no capítulo 1, a megaigreja estava recém se recuperando de um escândalo envolvendo um casal gay que liderava o grupo de coral de Nova Iorque e muitos pastores brasileiros condenavam a Hillsong por apoiar casais do mesmo sexo. Além de estarem receosos com a competição, temiam perder os fiéis mais jovens. Para abafar as más notícias, o pastor Mendez investiu em uma estratégia de política de boa vizinhança. Ele começou a viajar pelo Brasil para se reunir com pastores locais para assegurar-lhes que a Hillsong não pretendia atrair os jovens de suas igrejas. Ele afirmava o mesmo toda vez que conversava com algum brasileiro e nas noites de informações das quais participei no Brasil. Por exemplo, durante o primeiro evento, em maio de 2015, um site de notícias evangélico reproduziu o discurso de Mendez:

Não estamos vindo para São Paulo achando que a igreja é a resposta para tudo. A resposta é Jesus. Uma igreja como a Hillsong, que é muito conhecida — muitos de vocês estão aqui porque conhecem nossas bandas de louvor — e entusiasmo muitas pessoas. Mas se você está plantado em outra igreja, por favor, não deixe sua igreja só porque a Hillsong está vindo para São Paulo. O melhor que você pode fazer para o Reino de Deus é continuar plantado. A Palavra diz: ‘Os que estão plantados na Casa do Senhor florescerão’. Não estamos vindo para construir uma igreja que vai tirar cristãos de outras igrejas; estamos vindo para construir uma igreja onde o perdido possa ser salvo em uma cidade com milhões de habitantes (Novaes, 2015).

Como podemos ver, Mendez se esforçava para desviar a atenção da Hillsong para Jesus e reafirmar o valor das outras (não tão inovadoras) igrejas brasileiras como um caminho para Ele. O fato de Mendez ter que fazer isso com tanta frequência demonstra o imenso apelo e a popularidade da Hillsong no Brasil. Da mesma forma, Porter (2017, p. 166–167) observou

que quando a Hillsong foi plantada em Oxford, na Inglaterra, os pastores também tentaram tranquilizar outras igrejas de que eles não estavam ali para “roubar suas ovelhas.” Ao contrário, “ênfatizavam que o propósito da igreja era conquistar novos convertidos, trazer para a fé cristã pessoas que outras igrejas ainda não haviam alcançado, e não incentivar aqueles que já pertenciam a outras igrejas a mudarem de denominação”. Entretanto, Porter notou que, dada a redução no número de membros das igrejas no Reino Unido, o grande público da Hillsong de fato vinha de outras igrejas, além dos cristãos que se mudaram para Oxford, dos turistas que aproveitaram a oportunidade para visitar a Hillsong e dos novos convertidos. O pentecostalismo não está em declínio no Brasil, mas a composição da congregação em São Paulo é semelhante, visto que é formada por aqueles que aderiram à Hillsong no exterior (especialmente Austrália, Londres e Nova Iorque) e retornaram para o país, turistas de outras partes do Brasil, aqueles que deixaram as próprias igrejas e novos convertidos.

Em contrapartida, em sua pesquisa sobre a Hillsong em Amsterdã e Nova Iorque, Klaver (2021, p. 78-79) constatou que a Hillsong não interagiu com as igrejas locais enquanto plantava a própria igreja. De fato, o pastor da Hillsong em Amsterdã contou à pesquisadora que “a prioridade era a criação da Hillsong para que as outras igrejas, com o tempo, aprendessem com eles como ser uma igreja no século XXI”. Klaver atribui essa postura a dois aspectos que fazem parte da identidade da megaigreja: avivamento e pioneirismo. Enquanto o avivamento define a identidade da Hillsong vis-à-vis um cristianismo em declínio, o pioneirismo se trata de crescimento e conquista de novos territórios. Ambos resultaram no fato da Hillsong ignorar “outros possíveis lugares onde Deus poderia estar agindo” (2021, p. 79). Acredito que a Hillsong teve uma postura muito menos arrogante ao plantar uma igreja no Brasil devido à quantidade de igrejas e do poder político, cultural e espiritual dos pastores evangélicos no país. Aqui, a negociação e conciliação foram fundamentais para o sucesso da megaigreja.

Quando a Hillsong São Paulo finalmente anunciou a data de inauguração no Facebook, a igreja postou um trecho em português da “declaração de visão”³, de Brian Houston, em 2014 (Houston, 2016):

Posicionados no coração da cultura, em grandes e diversificados centros urbanos, vejo prédios que têm dificuldade de acolher o crescimento de tudo o que Deus está fazendo; ocupando territórios e lugares que são milagrosamente providos e impossíveis de se ignorar.

Como de costume em todas as postagens nas redes sociais, a declaração foi acompanhada da tradução para o inglês. Em português, ela foi impressa em um pôster com uma foto em sépia dos arranha-céus do centro de São Paulo. O tipo de declaração, a escolha de palavras, o uso tanto do português quanto do inglês, e a imagem passam uma sensação de entusiasmo aos futuros congregantes. Eles veem que além de o Reino de Deus conquistar territórios e ser imbatível, São Paulo também desempenhava um papel fundamental nessa poderosa expansão global da igreja e, como Klaver (2021, p. 77-78) argumentou em seu estudo, de um avivamento global.

A maioria das pessoas presentes na inauguração da igreja compartilhou suas experiências no perfil do Facebook da Hillsong, demonstrando como as experiências presenciais e virtuais estão conectadas⁴. Além disso, fica evidente a importância das mídias sociais e sua capacidade de alcançar novos públicos, repercutindo a chegada da igreja e as impressões das pessoas, que podem compartilhar com amigos e outros leitores, beneficiando a própria igreja. Um fiel observou: “Maravilhoso! Mas pra ficar melhor, eles deviam ter cantado em inglês”. Outro fiel comentou: “Amei! Só queria que eles tivessem cantado alguns louvores em inglês... Mas a melhor parte foi o culto em três idiomas. Para quem sabe inglês e espanhol, ou quer aprender,

3 N. do T. Termo utilizado para a descrição dos objetivos a longo e curto prazos de uma organização ou projeto, mas geralmente usados por empresas prestes a serem inauguradas.

4 <https://www.facebook.com/hillsongsaopaulo/posts/1639591689666772:0>

é uma oportunidade de louvar e praticar ao mesmo tempo! 😄😄😄🙏🙏

”. Um jovem que cogitou faltar aos cultos da própria igreja para ir aos da Hillsong escreveu: “Vocês acham que os pastores vão nos matar se não formos ao culto deles?”. Outros, mais conservadores, se perguntavam por que realizavam cultos religiosos em uma casa noturna: “Ok, eu não discordo que onde quer que o espírito de Deus vá, ele purifica [o lugar], e que a igreja é o seu povo, não o lugar. Ainda assim, esse lugar atrai coisas ruins, espíritos do mal.” Ao que outros responderam: “Onde você acha que Jesus estaria? Nas casas noturnas atrás de ovelhas perdidas ou na igreja? Deus é onipresente ❤️.” Esses comentários refletem três questões fundamentais relacionadas à Hillsong no Brasil, que abordei neste livro. A primeira é o prestígio devido à origem estrangeira da megaigreja e ao uso da língua inglesa (e também do espanhol, devido ao papel de Mendez como um dos líderes), e como esses elementos contribuem para criar um senso de cosmopolitismo e um marcador de classe para os brasileiros. Em segundo lugar, surge a questão de saber se os jovens deixariam as próprias igrejas para se juntarem à Hillsong. Por fim, há um embate entre a cultura mais tolerante e liberal da Hillsong e a cultura evangélica conservadora brasileira.

Nas reportagens sobre a inauguração, a mídia brasileira se referia à Hillsong como “Igreja de Justin Bieber”, conferindo ainda mais prestígio à igreja. Esse apelido logo chamou a atenção de algumas empresas brasileiras, que viram uma oportunidade de lucrar com a fama da Hillsong. Essa estratégia não é inédita, já que algumas bandas e cantores gospel brasileiros adotaram uma abordagem semelhante quando gravaram músicas da Hillsong United antes mesmo da chegada da igreja ao Brasil (ver o capítulo 2). Desde o início do século XXI, o Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia da América Latina, dedica-se cada vez mais à indústria gospel, em ascensão, organizando festivais e premiações de música cristã e gravando

álbuns de várias bandas gospel (Rosas, 2013, p. 127).⁵ No início de 2017, meses após a inauguração da Hillsong São Paulo, a TV Globo exibiu o documentário *Hillsong: Uma Canção de Fé* (*Let Hope Rise*, no original), que conta a história da Hillsong United. Nas redes sociais, houve muita euforia e, por um tempo, o longa foi o assunto mais comentado do Twitter no país. Apesar de ser exibido de madrugada em um dia de semana, somente na cidade de São Paulo, cerca de 410 mil domicílios estavam sintonizados para assistir ao documentário (Feltrin, 2017). Com isso, percebe-se como os produtos virtuais, presenciais e da indústria cultural, como um longa-metragem, trabalham atrelados não só para disseminar as notícias, mas também para criar um imaginário em relação à megaigreja quando ela finalmente se estabeleceu no Brasil.

Ensinando o Estilo da Hillsong

Chris e Lucy Mendez são os pastores responsáveis pela América Latina, coordenando igrejas na Argentina, no Uruguai, no Brasil e no México. Já as atividades cotidianas da igreja em São Paulo e parte das pregações nos domingos são feitas por três casais brasileiros que estudaram no Hillsong College e retornaram ao país. Eu conheci um desses casais muitos anos atrás na Austrália. Na época, eles estudavam no Hillsong College e depois cursaram teologia no Alphacrucis College. Quando finalizaram os estudos, sentiram que era da vontade de Deus que retornassem ao Brasil. Quando souberam daquela decisão, Brian Houston e Chris Mendez pediram a ajuda deles para estabelecer a filial da Hillsong no Brasil. Ao longo dos anos, sempre que eu voltava ao Brasil para realizar pesquisas de campo, me encontrava com eles para almoçar e bater um papo. Nesses encontros, discutíamos, entre outras coisas, os desafios de plantar a Hillsong no país. A

5 No entanto, vale ressaltar que a Globo e a Universal têm uma relação conflituosa por serem concorrentes na mídia. Ver Rosas (2015, p. 135-148) para uma análise mais detalhada dessa rivalidade.

maior parte dos problemas surgia das diferenças entre o estilo da Hillsong e a cultura evangélica brasileira mais conservadora. No entanto, a primeira dificuldade que eles mencionaram foi encontrar e treinar as pessoas certas para serem voluntárias na igreja. Muitos dos que se inscreviam eram fãs fervorosos da igreja e os pastores brasileiros acharam isso problemático, embora, como vimos, as emoções e os fãs clubes são essenciais para o crescimento da igreja. O pastor explicou:

Acho que [o mais difícil é] tentar garantir que as pessoas não tomem decisões só com base na emoção. Porque o Chris [Mendez] sempre fala que [...] *a igreja não vai ser construída por fãs*. Ela vai ser construída por pessoas que realmente têm convicção, que seguem o caminho de Deus para estarem aqui agora. Realmente não tem como construir uma igreja com fãs.

Ele balançou a cabeça quando me contou que as pessoas estavam até se tornando fãs dele e de sua esposa. No Brasil, o problema perene que a Hillsong enfrenta se apresenta como um obstáculo para o plantio de igrejas. A igreja cresce por meio da celebrificação, mas, como celebridades, seus pastores e líderes de louvor precisam constantemente lembrar que o foco é Jesus, este sim é “o verdadeiro famoso”, como Wagner (2019, p. 13) observou em seu estudo sobre a Hillsong Londres. É interessante notar que, enquanto o pentecostalismo é um tipo de cristianismo que louva uma experiência emocional com Deus, ser fiel-fã é considerado um tipo errado de emoção. Ser fã é uma emoção passageira, que não nasce de convicção religiosa — a consciência do pecado dada pelo Espírito Santo que levará alguém a nascer de novo.⁶ Chris Mendez argumenta que a convicção é o que ajudará a igreja a cultivar raízes resistentes.

Além do problema dos fãs, os pastores brasileiros notaram que muitos desses potenciais voluntários desejavam servir no palco (ou plataforma) durante os cultos, uma atitude semelhante a que tiveram quando chegaram

6 Para saber mais sobre a “convicção” cristã, ver Harding (1987).

na Hillsong em Sydney, como visto no capítulo 3. De certa forma, eles desejavam se tornar celebridades também, seja pregando, cantando ou fazendo parte da banda. O pastor me disse:

A gente vê muitas pessoas falando: ‘Minha vocação é profética; minha vocação é para o louvor’. Essa percepção é comum [no Brasil]. Então, em nossas reuniões — fazemos dois treinamentos de iniciação para cada voluntário — abordamos essas questões. Falamos: ‘Pessoal, sua vocação vai além disso. Se pedirmos para você limpar o banheiro ou qualquer outra coisa, não pense: Ah, eu não nasci para isso!’

É interessante que ele tenha mencionado a limpeza dos banheiros como um exemplo de ponto nevrálgico para os novos voluntários. A aversão à limpeza dos banheiros apareceu várias vezes durante o trabalho de campo. Como discutido no capítulo 3, os brasileiros, principalmente da classe média e média alta, tendem a menosprezar os trabalhos não qualificados, associados aos pobres. A maioria cresceu tendo empregadas em casa e sentem-se constrangidos quando realizam essas tarefas. Já na Austrália, a maioria das pessoas faz a limpeza de suas casas e ter faxineiras por algumas horas semanalmente é um luxo que se tornou mais comum nos últimos anos. Podemos compreender ainda mais essa aversão à limpeza dos banheiros quando consideramos a interseccionalidade entre classe social e religião. Eles sentem que receberam um chamado divino para cumprir um trabalho qualificado e de prestígio e que a Hillsong os assiste a marcar uma distinção de classe em relação aos pentecostais mais pobres. Com o tempo, alguns desses fãs que não têm suas vontades atendidas acabam decepcionados e desistem da igreja. Às vezes, eles desabafam nas redes sociais. A esposa do pastor comentou:

No Brasil, a cultura do cancelamento é bem forte. Todo mundo tem uma opinião. Se alguém não gosta de alguma coisa ou se nós não oferecemos o que todo mundo quer, algumas pessoas vão

para às redes sociais e acabam prejudicando a imagem da igreja ou despejam suas frustrações no grupo do WhatsApp.

Seu marido disse:

As pessoas que normalmente convidamos [para subir ao palco] são aquelas que não querem fama, mas sim servir a Deus. A gente consegue sentir isso. Se eu te peço para fazer alguma tarefa e você diz: ‘Ah, isso não é para mim, eu gosto mesmo é de cantar’, com certeza você não vai estar no palco, entende?

O pastor explicou que as pessoas chegavam pensando que havia uma hierarquia de funções — algumas mais valorizadas do que outras —, o que é típico de outras igrejas brasileiras. Segundo ele, na Hillsong há uma “estrutura de igreja”, mas todas as funções são igualmente importantes. Na verdade, de acordo com Klaver (2021, p. 12), as “estruturas de liderança hierárquica centralizadas da Hillsong não oferecem muito espaço para os fiéis interferirem na política da igreja e nos processos de tomada de decisões.” Embora isso realmente aconteça nas interações cotidianas, aqueles que coordenam ministérios secundários também podem tomar decisões, e aqueles que são solteiros podem ocupar cargos de liderança, diferente do que acontece em outras igrejas brasileiras. Foi isso que os alunos brasileiros do Hillsong College, que tiveram que atuar como voluntários na igreja e em conferências, também me relataram várias vezes. Como vimos no capítulo 4, o trabalho afetivo por meio do voluntariado é muito importante tanto para a igreja quanto para os jovens brasileiros entrando na vida adulta. Eles também percebiam que estavam aprendendo a ser como os australianos, que não estão focados em fazer distinções de classe social.

Quando se trata do estilo da Hillsong, outro desafio é fazer as pessoas aceitarem sua abordagem mais inclusiva. As igrejas evangélicas brasileiras geralmente colocam obstáculos para que as pessoas façam parte da congregação, principalmente em relação aos comportamentos considerados apropriados. Como os voluntários chegam de outras igrejas, eles precisam

aprender um novo jeito de “ser igreja”, que envolve ser inclusivo, usar uma linguagem mais apropriada, estar mais envolvido com o mundo secular e entender que os pastores não são autoridades detentoras de todo o conhecimento. O pastor brasileiro enfatizou que eles queriam que todos se sentissem à vontade na Hillsong, mesmo que não fossem protestantes ou mesmo cristãos, e a linguagem desempenha um papel crucial nisso. Como abordado no capítulo 2, criar um ambiente de acolhimento é fundamental para o sucesso da Hillsong (Wade e Hynes, 2013). O pastor também explicou:

Jesus se comunicava com todos os tipos de pessoas, desde os religiosos até os que não tinham religião. A gente quer que a nossa igreja seja para todos os tipos de pessoas. Queremos que os espíritos venham à nossa igreja e se sintam bem; se vierem de uma família católica, queremos que se sintam bem. Por isso, realmente precisamos treinar nossas equipes. [Dizemos para eles:] ‘Galera, não vamos falar crentês!’, do tipo ‘A paz do Senhor...’ Não que isso esteja errado, mas precisamos assumir que tudo isso é novo para eles. As pessoas são bem-vindas com suas convicções. *Não precisam mudar para fazer parte da Hillsong.*

Acolher a todos antes da conversão é de praxe nas igrejas de buscadoras (Sargent, 2001), já que elas almejam alcançar os desigrejados. Em vez de converter os “não salvos”, o primeiro objetivo é chamar a atenção e depois conquistar o respeito “daquele que busca” (Twitchell, 2004; Einstein, 2008), evitando também qualquer tipo de “choque cultural” que possa desencorajar a chegada de novos fiéis (Ellingson, 2010, p. 254). No entanto, essa é uma atitude radical dentro do pentecostalismo brasileiro, e leva tempo para que os voluntários desaprendam a cultura que aprenderam em outras igrejas. De fato, o pastor admitiu que “isso é muito, muito diferente do que acontece nas igrejas brasileiras. A gente não pode generalizar, mas, em muitas igrejas, você precisa se comportar de uma certa maneira para fazer parte delas.” Então, ele me deu uma lista de termos do “crentês” que deveriam ser evitados e de termos neutros que os voluntários deveriam usar. Os cultos devem ser chamados de “reuniões”. Em vez de dizer na entrada da

igreja “Que a paz do Senhor esteja contigo”, eles devem dizer “Bem-vindo à igreja” ou “Bem-vinda à igreja”. Eles também não devem usar o termo “converter”, porque pode causar “desconforto” nas pessoas, uma vez que exclui aqueles que ainda não se converteram.

Ele deu o exemplo de uma voluntária brasileira que estava distribuindo Bíblias depois do culto, como é costume na Hillsong, para aqueles que levantam as mãos na chamada ao altar⁷. Quando uma mulher veio pegar uma Bíblia, a voluntária perguntou se ela tinha se convertido. Como ela disse que era católica, a voluntária respondeu que ela não poderia pegar a Bíblia. Nesse momento da nossa conversa, o pastor levantou as mãos para o ar e disse: “Quando soubemos disso, chamamos toda a equipe para conversar. [Falamos:] ‘Pessoal, nunca vamos criar um obstáculo para que alguém pegue uma Bíblia e não vamos mais usar a palavra ‘converter’.” Da mesma forma, eles não devem começar as conversas perguntando se as pessoas são evangélicas, como notaram os voluntários fazendo. “Se a pessoa não for evangélica, ela vai se sentir excluída.” O mesmo raciocínio de inclusão é usado para pedir às pessoas que não façam piadas sobre gays, loiras, portugueses, e assim por diante, ou falem sobre política e tomem partido político dentro da igreja. Isso, mais uma vez, difere do cenário evangélico no Brasil, onde a maioria das igrejas apoiam abertamente a extrema direita e o ex-presidente Jair Bolsonaro (2019-2022)⁸.

Quando perguntei um pouco mais sobre esse uso de linguagem secular e cotidiana na igreja, ele explicou que na Hillsong eles não diferenciam o secular do religioso:

Chris [Mendez] sempre fala que não existe isso que chamam de mundano. ‘Ah, isso é do mundo; essa música é do mundo; essas roupas são do mundo.’ Nós estamos no mundo! Não tentamos

7 A “chamada ao altar” é o momento no fim do culto em que o pastor convida as pessoas que ainda não se converteram a assumir um compromisso espiritual com Jesus.

8 Para uma boa análise do pentecostalismo e política no Brasil, ver Almeida (2020) e Burity (2021).

dividir as coisas. Uma música pode não falar de Deus, mas expressar Deus por meio da arte. Não é porque não fala de Deus que eu não vou ouvir essa música. Aqui no Brasil muitas igrejas têm um problema com música secular, [elas falam,] ‘O que você está fazendo trazendo o mundo [para dentro da igreja]?’

Ele me disse que a Hillsong não se importa muito com essas críticas e nem critica outras igrejas. Eles têm uma seção no site da Hillsong onde defendem a igreja contra relatos negativos da mídia, mas nunca falam disso no palco/plataforma. Dessa forma, fazem as pessoas se sentirem acolhidas e evitam distinções e discórdias. Como discutido no capítulo 1, esse envolvimento com o mundo secular — seja através de música, moda, redes sociais, cultura das celebridades, marketing, branding, e assim por diante — é típico de megaigrejas, e especialmente de igrejas de buscadores, pois desejam permanecer relevantes em um mundo secularizado (Coleman e Chattoo, 2019; Hunt, 2019; Sargent, 2000; Twitchell, 2007; Wagner, 2019). Por outro lado, embora as igrejas evangélicas brasileiras e bandas de louvor usem estratégias de negócios para crescer, a distinção entre o mundo e a igreja costuma ser enfatizada. Por exemplo, em seu estudo sobre mídia eletrônica e música gospel no Brasil, Oosterbaan (2015, p. 162) sugere que quando os cantores brasileiros de gospel se tornam celebridades, há um potencial de ganho e perda de carisma. Os músicos utilizam a mídia eletrônica para expandir o seu público, mas isso significa que “novos circuitos de transmissão frequentemente invocam conflitos teológicos e normativos sobre as fronteiras entre o sagrado e o profano.” A solução que esses cantores encontraram foi incluir testemunhos enquanto cantam, como forma de enfatizar que seu talento musical é um dom de Deus. Assim, em vez de serem simplesmente cantores comuns, eles são, na verdade, “ungidos” por Deus para transmitirem Sua mensagem e mediarem Sua presença (2015, p. 166).

Além disso, a maneira como a Hillsong aborda a Santa Ceia e o batismo causa certa confusão entre os voluntários. O pastor brasileiro observou:

Muitas pessoas vêm de igrejas em que, para participar da Santa Ceia, as pessoas devem ser batizadas, ter mais de doze anos etc. Em nossa igreja, participa quem quiser participar. Então, temos muitas pessoas que falam: ‘Eu vim de uma igreja em que não era assim. Durante toda minha vida eu pensei que fosse diferente’.

A Hillsong permite que qualquer pessoa participe da Santa Ceia sob o mesmo princípio de que “as pessoas não precisam mudar para fazer parte da Hillsong”. Um pastor de Melbourne que visitou a Hillsong São Paulo fez uma afirmação semelhante em uma das Noites de DNA da qual participei: “Seja inclusivo. Seu trabalho é amar e incluir, ajudar as pessoas na jornada. Você não precisa ser a polícia. Deixe o Espírito Santo fazer seu trabalho e transformar as pessoas.” No entanto, ser inclusivo não significa que as pessoas possam ser batizadas várias vezes à medida que trocam de igrejas. Os pastores brasileiros me disseram que muitas pessoas pedem para ser batizadas na Hillsong, embora já tenham sido batizadas em outras igrejas. Então, eles têm que explicar que “a Bíblia é clara em relação ao batismo. O batismo é único, é uma decisão... O batismo não é algo que você faz por causa do nome da igreja; o batismo é o que você faz em seu caminho com Deus.” No capítulo 3, mencionei a história de um rapaz que tinha sido batizado no Brasil, mas estava animado para ser batizado novamente na Hillsong Sydney. Acredito que, para esses jovens, o batismo não é apenas entendido em termos de conversão, mas também para estar diretamente associado à Hillsong (ou “por causa do nome da igreja”, como o pastor afirmou). Não importa o quanto os pastores insistissem que o foco deveria ser em Jesus e no Reino e não na Hillsong, para a maioria dos brasileiros que entrevistei e com quem conversei informalmente, o apelo da igreja era tão importante em suas vidas cristãs quanto sua conversão.

Um outro problema em estabelecer a igreja no Brasil foi o foco no pastor como a única autoridade da igreja em questões espirituais e cotidianas. De acordo com o casal de pastores, os brasileiros queriam cumprimentar os pastores pessoalmente no início e no final dos cultos, esperavam que os

pastores orassem em suas casas e queriam a opinião deles sobre tudo, até em decisões íntimas como com quem deveriam namorar. Na Hillsong, eles me disseram, estavam “tentando romper com essa ideia de colocar o pastor num pedestal.” O pastor continuou:

Há muitas pessoas na igreja que têm essa ‘cultura do pastor’. Elas falam: ‘Eu tenho que receber uma oração do meu pastor’, ‘Eu tenho que conversar com meu pastor’. [Na Hillsong] nós não temos isso. Chris [Mendez] uma vez disse: ‘Se você está procurando uma igreja onde vai ter acesso direto ao pastor o tempo todo, [focando] apenas o pastor, talvez essa não seja a sua igreja’. Nós entendemos que a Palavra diz: ‘A oração de um justo é eficaz’.⁹ Quem é justo? Todos que recebem Jesus.

Essa atitude de subordinação ao pastor tem suas origens não apenas na história da igreja, mas também no carisma e na posição dos líderes religiosos em questões espirituais. No entanto, como vimos anteriormente, no Brasil, isso é influenciado por relações autoritárias, pré-modernas, que são generalizadas na sociedade, bem como por um sistema de privilégios corroborado pela lei (Chauí, 2012). Na narrativa de Tiago, no capítulo anterior, vimos que aqueles que aspiravam a posições de poder na igreja de seu pai na verdade desejavam os privilégios associados a estas posições, em vez de desejar servir à comunidade. Seu próprio pai, um pastor, conseguiu desrespeitar regras da igreja por causa de sua posição. Em contrapartida, Miller (2015, p. 287) demonstrou que a Hillsong incentiva o neoliberalismo da modernidade tardia com base na responsabilidade e autonomia individuais (embora quanto mais envolvido alguém esteja na igreja, mais ela

9 Tiago 5: 13–16 NVI (Nova Versão Internacional): “Entre vocês há alguém que está sofrendo? Que ele ore. Há alguém que se sente feliz? Que ele cante louvores. 14 Entre vocês há alguém que está doente? Que ele mande chamar os presbíteros da igreja, para que estes orem sobre ele e o unjam com óleo, em nome do Senhor. 15 E a oração feita com fé curará o doente; o Senhor o levantará. E se houver cometido pecados, ele será perdoado. 16 Portanto, confessem os seus pecados uns aos outros e orem uns pelos outros para serem curados. A oração de um justo é poderosa e eficaz.”

tende a controlar o comportamento dos seguidores para se ajustar a uma visão evangélica). De fato, em vez de seguir o pastor cegamente, os brasileiros me disseram que os pastores da Hillsong lhes davam ferramentas para interpretar a Bíblia e pensar por si mesmos, como visto no capítulo 4.

Na próxima seção, mostrarei como o estilo da Hillsong se espalha no Brasil por meio de igrejas afiliadas à Família e à Rede da megaigreja, assim como igrejas brasileiras que adotam suas características. Discutirei como a adoção do estilo da Hillsong, com seus cultos que parecem shows e o seu uso da língua inglesa, dá aos brasileiros uma sensação de empolgação, prazer e cosmopolitismo.

Novos Frutos

Em agosto de 2016, viajei para o Nordeste do Brasil para visitar uma filial da única igreja brasileira que faz parte da Família Hillsong. As igrejas da Família Hillsong têm uma relação muito próxima com a Hillsong, mas são independentes. Quando cheguei, tive a estranha impressão de estar em uma mini Hillsong, embora não tão sofisticada. O uso da língua inglesa e das características da Hillsong estavam por toda parte, passando uma sensação de copresença do Brasil com o mundo de língua inglesa. A igreja fica em um prédio moderno de dois andares, sem cruzeiros ou nada que indique ser uma igreja, apenas uma grande fachada com o nome em letras cursivas (similar ao logotipo da Hillsong) acima das grandes portas de vidro. Quando entrei, fui recebida por jovens usando camisetas pretas com a palavra “voluntário” estampada. Eles me ofereceram balas e, assim como na Hillsong Sydney, disseram “Bem-vinda à Igreja!” No saguão, alguns voluntários usavam fones de ouvido e rádios comunicadores para organizar o fluxo de pessoas que entravam e saíam. À direita da área de recepção, havia um pequeno quadro negro com a palavra inglesa “shop” escrita em giz, indicando a área onde vendiam seus produtos, incluindo camisetas com as frases em inglês “True Love” (Amor Verdadeiro) e “One is Three, Three is One” (Um em Três, Três em Um); livros escritos por Brian Houston,

Joseph Prince e Rick Warren traduzidos para o português, entre outros; CDs da banda da própria igreja, da Hillsong, e também de outras igrejas; além de agendas, canecas, Bíblias para crianças e adultos, e outros produtos. Dentro da igreja, as paredes eram pretas e havia telões no palco com o famoso lema da Hillsong: “Come as You Are” (Venha como você estiver). Assim que o culto começou, ficou claro que seguia o roteiro da Hillsong: a contagem regressiva, depois o louvor, a oferta, os vídeos sobre as notícias da igreja e os testemunhos, a pregação e mais algumas músicas de louvor. A congregação também era parecida com a da Hillsong: a maioria de jovens e casais com crianças pequenas. Todos estavam bem vestidos e eram de classe média – mulheres em vestidos ou saias da moda, usando joias e bolsas de couro, e homens usando camisetas, calças jeans skinny e tênis. O pastor seguia o estilo da Hillsong: um jovem vestindo camiseta preta de mangas compridas, calça skinny preta e bota. Sua esposa igualmente jovem usava uma blusa ombro a ombro, que estava na moda naquela época, calça jeans skinny e salto alto.

Depois do culto, como o resto da congregação, eu permaneci na área de recepção e conversei com as pessoas. Uma cantora de louvor me disse que tinha participado da conferência da Hillsong no ano anterior e iria viajar naquela semana para iniciar os estudos no Hillsong College. Não é preciso dizer que ela estava muito animada com a viagem, embora um pouco preocupada porque seu inglês não era tão bom. Um jovem disse que se formou em administração e design de moda e fazia parte da equipe da igreja. Ele explicou que, assim como na Hillsong, os jovens frequentadores da igreja eram divididos em “tribos”, e ele era o líder da tribo “Legacy”. Quando perguntei por que usar uma palavra em inglês para identificar a tribo, ele respondeu: “É mais global. Imagina se fosse chamada de Legado! Não dá. O inglês é uma língua global.” Mais uma vez, podemos ver a importância do inglês para proporcionar aos frequentadores uma sensação de cosmopolitismo. Ele queria estudar no Hillsong College, mas teve que adiar a ida porque o número de empregados da igreja era pequeno e dois deles estavam em Sydney na época. Ele assistia ao culto de domingo da Hillsong em

Sydney todas as semanas pelo YouTube como forma de aprender e acompanhar tudo o que acontecia por lá. Enquanto conversávamos, pude ver uma tatuagem em seu braço que dizia “Amor Verdadeiro”, o título em português de um louvor da banda Hillsong Y&F que sempre toca nos cultos em Sydney. Em cada detalhe, tanto a igreja quanto sua congregação eram baseadas na Hillsong Sydney. A megaigreja funcionava como um “mapa de significância”. Poucos dias depois, quando voltei à igreja para entrevistar o casal de pastores, descobri que, de fato, eles estavam adotando o estilo da Hillsong não apenas para tornar a igreja relevante para as novas gerações, mas também para tentar mudar a cultura de igreja no Brasil, desejo semelhante ao de outros brasileiros com quem conversei.

Nos encontramos no escritório, que ficava no segundo andar da igreja. Totalmente no estilo da igreja de buscadores, parecia um escritório corporativo: havia cadeiras de couro confortáveis, uma escrivaninha e uma estante de madeira no fundo da sala com livros, enfeites e vasos de plantas. No canto, perto da janela, havia um vaso com um enorme cacto. O casal foi acolhedor e gentil durante toda a entrevista. Começaram esclarecendo por que replicavam o estilo da Hillsong:

Somos parte da Família Hillsong. Não precisamos ser iguais, mas nós precisamos ter o mesmo sangue, por assim dizer, o mesmo sobrenome, para que a gente se torne uma família. Por isso, na nossa igreja a cultura é muito parecida com a cultura que eles têm lá [na Austrália]. Nossos métodos são muito parecidos. As músicas que tocamos são as músicas deles.

A referência ao vínculo sanguíneo para explicar essa família fictícia e transnacional é reveladora. Como pontua Ikeuchi (2019, p. 183), “O sangue de Jesus, por meio de um parentesco pentecostal, une ‘irmãos e irmãs na fé’.” Assim, neste comentário existem dois tipos de pertencimento atuando ao mesmo tempo — por um lado, pertencimento através da materialidade do sangue dentro de uma família Hillsong global maior, e, por outro, pertencimento à família espiritual de Deus no reino de Deus. Através desses

dois tipos de pertencimento, eles conseguem criar uma “geografia alternativa de pertencimento” (van de Kamp, 2017, p. 2), como discutido ao longo deste livro. De fato, eles me disseram que, porque sua igreja é inspirada na Hillsong, qualquer um que venha da Hillsong “não se sentirá perdido. Se sentirá em casa”. Aqui, estão se referindo ao slogan comum da Hillsong para sua estrutura global, “Uma casa, muitas salas”, e também, e mais importante, à ideia de que as pessoas devem se sentir acolhidas na igreja, algo que analisei em capítulos anteriores.

Antes da Hillsong, a igreja estava se inspirando em megaigrejas dos Estados Unidos, como Willow Creek e Saddleback, para onde o casal viajou para participar das conferências. A filha dos pastores seniores da igreja brasileira é pastora da famosa Churchome (antes conhecida como City Church), na Califórnia, liderada por Judah e Chelsea Smith, que pregaram em conferências da Hillsong muitas vezes. Essa forte conexão com a cultura de igreja dos Estados Unidos estava presente em todas as igrejas brasileiras que tinham vínculo com a Hillsong. Pastores brasileiros costumavam considerar a Hillsong e essas megaigrejas estadunidenses como um único ecossistema do qual podiam se utilizar para manter suas igrejas atualizadas. O leitor pode se lembrar que, no capítulo 2, discorri sobre a forte influência que os Estados Unidos exerceram sobre o pentecostalismo brasileiro e como a música da Hillsong também chegou ao Brasil por meio dos Estados Unidos. Isso é facilmente explicado pelo grande poder que os Estados Unidos e sua cultura exercem sobre a sociedade brasileira, bem como sua economia e cultura. No entanto, os pastores seniores preferiram investir em seu relacionamento com a Hillsong porque,

[Os cultos] na Willow Creek são muito mais devagar. [Além disso,] a Hillsong te dá a oportunidade de viver e estudar lá por até três anos... Eles te dão as ferramentas necessárias para voltar e fazer diferença na sua igreja local. Ser igreja para a Hillsong é ser vibrante, então é mais parecida com a gente, tem mais a ver com a nossa visão brasileira, nosso jeito e nossa pegada... E vamos ser sinceros, a Hillsong está dominando o mundo.

Em sua preferência pela Hillsong, duas coisas se destacam. A primeira é a ideia de que existem semelhanças entre a Hillsong, sua igreja e a cultura brasileira. As três têm culturas “vibrantes”. Consequentemente, há um parentesco “natural” entre eles, como vimos acima na referência dos pastores aos vínculos sanguíneos. A ideia surge de um imaginário brasileiro sobre a Austrália, onde ambos os países seriam semelhantes em alguns aspectos, como a localização no hemisfério sul, a grande presença de imigrantes, uma cultura voltada para as praias e um estilo de vida descontraído. Porém, ao mesmo tempo são vistos como diferentes, especialmente pelo fato de a Austrália ter se tornado um país desenvolvido. Isso está bem encapsulado na frase que os brasileiros na Austrália costumam usar: “A Austrália é o Brasil que deu certo” (Rocha, 2014). A segunda é a ideia de sucesso (global), tão querida pelas igrejas evangélicas, já que é sinônimo de ser favorecido por Deus. Esses pastores atribuem o sucesso de sua própria igreja à Hillsong. Eles explicaram que antes de o filho dos pastores seniores terminar os estudos no Hillsong College, sua igreja era “apenas como qualquer outra igreja” e não crescia. Depois que ele retornou e estabeleceu a “cultura da Hillsong”, a igreja cresceu muito.

Alguns anos depois do retorno do filho dos pastores seniores, o casal de pastores jovens que entrevistei também viajou para estudar no Hillsong College. Quando voltaram, o maior desafio para eles não foi implementar mudanças em sua igreja, já que o pastor sênior já estava adotando o estilo da Hillsong. Eles tiveram que lidar com as críticas de outras igrejas. Sentiam que as outras igrejas os criticavam porque para pregar, os pastores não usavam ternos, mas sim jeans rasgados e eles davam liberdade às pessoas para se comportarem como quisessem (beber álcool moderadamente, ouvir música secular, vestir o que quisessem, fazer tatuagens etc.). Tais críticas também podem ser explicadas pela localização da igreja no Nordeste do Brasil, uma região muito mais conservadora do que o Sudeste. Eles continuaram:

Em vez destes pastores dizerem: ‘O que essa igreja está fazendo de diferente que eu também possa fazer?’, é da cultura brasileira dizer: ‘Esta igreja é uma droga! Não vai para esta igreja porque o que eles estão fazendo não é de Deus’. [Isso acontece] porque os brasileiros às vezes focam demais o tradicionalismo. O que temos que entender é que, com o tempo, os métodos mudam, mas a essência da palavra de Deus não muda.

Para defender sua igreja, usaram a explicação padrão da Hillsong para o envolvimento com a cultura jovem como apenas um método, ou uma estratégia, para alcançar essa faixa etária. Segundo eles, esse método atraiu pessoas — cerca de dez de seus pastores haviam deixado as próprias igrejas porque foram atraídos por essa nova maneira de “ser igreja”. Sua estratégia para semear o estilo da Hillsong é realizar os cursos de treinamento em um ritmo tranquilo e, sempre que possível, trazer pastores da Hillsong para pregar. Algumas semanas antes de me encontrar com o casal, Chris Mendez havia passado três dias ensinando o estilo da Hillsong na igreja. Outra estratégia é usar livros traduzidos de pastores internacionais. Além dos livros de Brian Houston, eles orientam a liderança da igreja a ler livros de pastores seniores das megaigrejas dos Estados Unidos, como Bill Hybels (Willow Creek) e Andy Stanley (North Point Ministries). Também pedem aos líderes criativos e de adoração para assistirem aos cultos da Hillsong Austrália online para se manterem atualizados com o que está acontecendo na sede. Resumindo, “A forma que encontramos para trazer a cultura da Hillsong aqui é através da nossa linguagem, da forma como nos comunicamos, em nosso treinamento e por meio de livros.”

Podemos ver, a partir deste exemplo, que o estilo da Hillsong chega ao Brasil não apenas com a própria Hillsong, mas também com as megaigrejas dos Estados Unidos, já que a rota de fluxos culturais Estados Unidos-Brasil é historicamente mais forte do que a rota Austrália-Brasil. No entanto, uma vez que a Hillsong se tornou reconhecida como uma igreja com cultura própria, e não apenas com uma banda de louvor, então os fluxos passaram a se mover diretamente da e para a Austrália. Na próxima seção,

discorro sobre como outras igrejas que não desenvolveram nenhum vínculo oficial com a Hillsong podem copiar ou adaptar seu estilo como uma forma de atrair os jovens.

Copiando

Em outra publicação, discuti como o passado colonial do Brasil e sua posição histórica no Sul Global nos fizeram duvidar de sua modernidade e copiar os produtos culturais do Norte como uma forma de entrar na modernidade (Rocha, 2006a). As igrejas brasileiras não são uma exceção. À medida em que a Hillsong se tornava famosa entre as comunidades evangélicas no Brasil, algumas igrejas começaram a adotar sua estética. Aprenderam esta estética enviando os próprios pastores para conferências e cursos no College ou simplesmente copiando o que viam na internet. Com isso, eles estão seguindo outras igrejas no mundo em um processo que resultou na “Hillsonguização do cristianismo”, como observou Marti (2017, p. 382). Para Marti, “Ser uma igreja no estilo da Hillsong significa aprender a mobilizar e produzir afeto de uma maneira particular, que é vista nitidamente como cosmopolita.”

A megaigreja brasileira Batista da Lagoinha é um bom exemplo da disseminação do estilo da Hillsong via mídia digital. O leitor deve se lembrar de que a famosa banda de louvor da Lagoinha, Diante do Trono, foi a primeira a gravar oficialmente músicas da Hillsong em português (capítulo 2). Com supostamente 90 mil membros, a Lagoinha tem várias outras igrejas no Brasil e pelo mundo (que atendem principalmente brasileiros no exterior). Visitei a sede em Belo Horizonte em um dos meus períodos de trabalho de campo. Depois de subir as escadas do prédio redondo de concreto, eu e os membros da congregação fomos recepcionados por jovens vestindo camisetas pretas com a palavra “voluntário”. Uma jovem voluntária me indicou um assento entre outros dois mil do auditório. Quando o culto começou, percebi que era levemente híbrido: ele seguia o estilo de uma igreja brasileira, mas havia toques de uma megaigreja internacional

aqui e ali. Havia o habitual telão ao fundo, mas na verdade eram várias telas menores juntas, de modo que linhas pretas cortavam a imagem em vários quadrados. O pastor sênior usava terno, mas o filho, também pastor, na casa dos 30 anos, estava de camisa polo e jeans. Camisas polo são aceitáveis como vestimenta casual de trabalho para homens de classe média no Brasil, especialmente se forem de grife. O culto foi transmitido por canal próprio de TV, a Rede Super, de modo que havia câmeras em grandes cabos suspensos, bem como cinegrafistas circulando para filmar as pessoas que ficavam emocionadas. As luzes fluorescentes e brilhantes significavam que, enquanto as pessoas louvavam, choravam e erguiam os braços, podiam ser filmadas e assistidas por qualquer um. Havia uma completa falta de privacidade, diferente da Hillsong, onde as câmeras apontavam apenas para os pastores no palco e os fiéis são filmados como uma plateia em uma sala escura. Toda a experiência foi muito diferente dos cultos imersivos que a Hillsong oferece.

Durante uma conversa com um pastor jovem da Lagoinha no dia seguinte, ele explicou como a sede da igreja acabou adotando alguns aspectos do estilo da Hillsong, influenciada por uma geração mais jovem de pastores. Quando a filha do pastor sênior e o marido decidiram estabelecer uma nova filial em Niterói, no Rio de Janeiro, eles a criaram como uma cópia fiel da Hillsong (infraestrutura, culto, design gráfico etc.). Eles nunca tinham ido a uma igreja da Hillsong, mas aprenderam sobre seu estilo na internet. Eles também redesenharam o logotipo da igreja para se parecer com o da Hillsong (um círculo preto contendo o nome da igreja em letra cursiva branca). Com o tempo, o sucesso da nova filial influenciou a sede, e esta também passou a adotar algumas dessas características. No entanto, essas mudanças se tornaram motivo de debates intensos. O pastor esclareceu que “As paredes [da igreja] não eram pretas; faz um ano que pintamos de preto... colocamos novas luzes; o púlpito mudou... tudo mudou. Os mais velhos ficavam dizendo: ‘A Lagoinha vai se tornar uma igreja satanista’.” Uma condição para a aprovação das paredes pretas era que as luzes fluorescentes deveriam permanecer acesas o tempo todo como sinal da presença de Deus.

Neste exemplo, podemos notar como a estética e a fé estão interligadas, e como novas estéticas vindas do exterior são presentes na igreja. Ele, então, ofereceu mais exemplos de como Lagoinha havia adotado características da Hillsong:

A gente tem a camiseta preta de voluntário, escrito ‘Lagoinha’. O estilo musical é muito Hillsong; é pop rock. Acho que nosso modelo de igreja hoje, no geral, tem muito, muito a ver com a Hillsong: a música, a organização do louvor, o culto. A Hillsong acabou monopolizando, estabelecendo um parâmetro [para as outras igrejas].

Quando o questionei por que dessa ânsia de copiar, ele mencionou o poder da cultura de língua inglesa do Norte Global sobre o pentecostalismo brasileiro:

Você sabe que para os brasileiros tudo o que vem de fora é melhor. Principalmente quando se trata da língua — tudo o que chega em inglês, seja da Inglaterra, dos Estados Unidos, ou da Austrália. O pentecostalismo no Brasil também é muito influenciado por movimentos estrangeiros.

Pedi um exemplo de algum movimento estrangeiro, e ele respondeu:

A Hillsong é super influente. Com o tempo, se tornou um modelo para tudo, desde música até eclesiologia e doutrina. Acho difícil encontrar uma igreja no Brasil hoje que não tenha ‘uma estrutura de recepção’ com pessoas com camisetas pretas distribuindo balas etc. Isso é totalmente Hillsong.

De fato, em todas as igrejas que visitei durante o trabalho de campo no Brasil, fui recebida dessa maneira. Na Hillsong, os visitantes não recebem balas, mas é oferecido café de máquina grátis depois do culto, algo que também vi em igrejas mais abastadas no Brasil. Ele ofereceu outros exemplos de igrejas estrangeiras que influenciaram o pentecostalismo no Brasil,

como a Planetshakers, da Austrália, e as norte-americanas Bethel, Willow Creek, Gateway e, antes de ser fechada, a Mars Hills. O fato de ele poder citar essas igrejas com facilidade e explicar seus ministérios, embora não fale inglês, demonstra a sua influência no Brasil. Ele entende essa influência como parte da indústria do entretenimento, onde a última moda vinda do exterior se torna tendência:

É porque essa igreja é a novidade. Tá na moda. A cultura do entretenimento está por toda parte no mundo, né? Então, todo mundo está atrás da última novidade; todo mundo quer um telefone novo, um relógio novo, uma roupa nova para seguir a tendência da moda. Acontece que essa influência da cultura do entretenimento às vezes também influencia muitas pessoas na escolha da igreja, sabe. A Hillsong é muito conhecida, e isso atrai o público.

Aqui podemos ver como a posição do Brasil no Sul Global e o desejo por modernidade, que parece estar localizada no Norte Global, influencia o tipo de pentecostalismo que é importado. Até mesmo Lagoinha, uma megagreja brasileira influente e bem-sucedida, adota tendências vindas do exterior para conseguir crescer.

Outras igrejas brasileiras têm seguido de perto o estilo da Hillsong. Por exemplo, Aguiar (2020) analisou a “Brasa Church”, um ministério jovem que abriu as portas em 2013 e se filiou à Igreja Brasa, uma igreja batista renovada, localizada em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Aguiar concluiu que a Brasa Church possui uma congregação de classe média composta por estudantes universitários e trabalhadores profissionais, e tem como objetivo reproduzir o estilo de louvor tão característico da Hillsong e da Bethel. O pastor de jovens da Brasa Church se inspirou em uma visita que fez a ambas as igrejas nos Estados Unidos em 2013. Mais uma vez isso comprova a importância dos fluxos pentecostais que chegam dos Estados Unidos e como a Hillsong Nova Iorque foi fundamental para a chegada da igreja no Brasil. Os cultos de sábado à noite e a infraestrutura adotam

fielmente a estética e infraestrutura da Hillsong. Como esperado, há jovens voluntários com camisetas pretas recepcionando e direcionando as pessoas; a igreja é escura, com telões e iluminação profissional; os cultos são informais e os louvores ganham destaque. Há uma imensa preocupação em receber as pessoas para que se sintam acolhidas e amadas, uma atitude parecida com a mensagem “Welcome Home” ou “Bem Vindo à Casa” na Hillsong. As músicas são traduções de Hillsong United, Jesus Culture e Bethel Music. O uso frequente de palavras em inglês, como “next steps” (próximos passos), um curso “Start” para novos fiéis, “Hub” para as células da igreja, e até o uso da palavra “Church” no nome (Brasa Church) em vez de Igreja, reforça um desejo pela vida de quem vive no mundo anglófono.

Moreira (2018) também notou um padrão em algumas igrejas brasileiras de classe média de imitar a estética das igrejas norte-americanas, como cultos que parecem shows, telões, linguagem voltada para jovens, comunicação através das redes sociais, e assim por diante. O autor (2018, p. 131) observou que “comparadas com suas equivalentes norte-americanas, as igrejas brasileiras [...] parecem ser muito modestas e de certa forma amadoras”. Algo que também notei na Lagoinha. Os longos cabos das câmeras de TV passando muito perto das cabeças das pessoas, o prédio mal construído, o palco pequeno, a falta de uma área de recepção com um café montado, tudo isso tornava a “experiência” diferente em relação à da Hillsong São Paulo, localizada em uma casa de shows luxuosa. Sem dúvida, a filial recentemente inaugurada em Niterói oferece uma experiência estética muito mais próxima à da Hillsong. Moreira (2018, p. 128-131) também mencionou outras duas características dessas igrejas que são semelhantes às minhas conclusões: os pastores nunca haviam visitado as igrejas dos EUA, somente as conheciam pela internet, e utilizavam um nome em inglês ou palavras em inglês em sua igreja.

A importância da língua inglesa foi destacada por um pastor de outra igreja que adotou o estilo da Hillsong. A Igreja no Cinema (INC) foi fundada em 2013 por dois jovens pastores que frequentaram conferências da Hillsong na Austrália e shows da Hillsong United no Brasil há muitos anos.

Como o nome diz, os cultos acontecem em cinemas de shoppings aos domingos de manhã, antes da abertura dos shoppings às 14h. Quando perguntei aos dois pastores fundadores porque a igreja usava termos em inglês como “hangout”, “lead pastor”, “senior pastor”, e assim por diante, eles explicaram:

Isso atrai as pessoas ou gera revolta, porque revela a fraqueza das pessoas. No Brasil, apenas um por cento da população é fluente em inglês. Isso mostra o quanto estamos atrasados! Muitas pessoas vêm (para a INC) porque pensam: ‘Preciso aprender inglês. Vou lá; eles vão me ajudar, me incentivar’.

Para eles, falar inglês era sinônimo de modernidade e, portanto, dizem que o Brasil está “atrasado” em relação ao Norte Global porque sua população não é fluente no idioma. Mas também sentem que o uso do inglês é um atrativo para os brasileiros que querem aprender o idioma, em um processo semelhante ao modo como a Hillsong os atrai. É claro que os pastores sentem que sua igreja se torna relevante para esse grupo não apenas por razões religiosas, mas também pelas oportunidades cosmopolitas que oferece aos membros. Quanto ao motivo de replicaram o estilo da Hillsong, um dos pastores disse:

A Hillsong foi a única igreja que me influenciou no mundo todo. A Hillsong é uma resposta a uma igreja que estava morrendo. Há uma graça especial lá. A Hillsong faz com que a mesma música seja cantada em todos os países da Terra.

Para ele, a Hillsong estava lutando contra o declínio do cristianismo no mundo. O pastor via isso como uma unção especial de Deus. Entretanto, nem todos estão felizes com o fato de as igrejas brasileiras copiarem o estilo da Hillsong. Um jovem brasileiro, que morou em Sydney por mais de uma década e esteve bem próximo da agência de intercâmbio Cristãos no Exterior (capítulo 5), considerou problemática essa imitação. Na sua opinião, as igrejas deveriam ser uma parte orgânica da comunidade e, portanto, não

uma cópia de outras igrejas. Os pastores brasileiros da Hillsong estão bem cientes dessa tendência. Perguntei o que eles pensavam sobre as igrejas que copiam a estética do culto da Hillsong e eles responderam que também eram a favor da adaptação em vez da imitação:

O problema da cópia, às vezes... O Chris sempre fala isso: pessoal, a gente está no Brasil; a forma como nos comunicamos vai ser diferente. O método que usamos talvez mude. Por exemplo, se você olhar para a parte criativa de Londres, eles imprimiram uma cara muito específica de lá. Você pode ver a diferença de Londres para a Austrália. As fotos que eles tiram, a decoração, é diferente. É a mesma visão, mesma casa, muitas coisas parecidas, mas eles têm um toque próprio. Acho importante se adaptar. O problema é quando as pessoas param de pensar e só copiam. ‘Copiar e colar’ talvez seja bom para a igreja que é copiada, legal, mas e depois?

Conclusão

Para que novas formas sensacionais sejam aprovadas ou autorizadas, é preciso negociá-las e aprendê-las. A chegada da Hillsong ao Brasil foi um evento muito esperado. Por anos, os brasileiros pediam que a igreja se estabelecesse no Brasil, como vimos no capítulo 2. Contudo, depois da confirmação da vinda da igreja, levou quase dois anos para os cultos iniciarem. O nome da Hillsong está associado à excelência, e seus cultos são sinônimos de experiências imersivas de alta qualidade. Além de encontrar um espaço adequado e obter a tecnologia de ponta para os cultos, a Hillsong precisava de um exército de voluntários bem treinados para reproduzir as formas sensacionais que a tornaram famosa no Brasil. Os desafios que a igreja enfrentou eram parecidos com os que os brasileiros enfrentavam quando retornavam e tentavam mudar as igrejas locais. Os pastores da Hillsong São Paulo precisaram esclarecer que não estavam “roubando ovelhas”, tinham que promover a inclusividade e a tolerância em relação a outras religiões,

persuadir os voluntários de que todas as tarefas na igreja eram igualmente importantes, instruí-los a evitar o “crentês” e optar por expressões seculares, além de convencê-los a não idolatrar os pastores nem os tratar como celebridades. Em resumo, a Hillsong precisou negociar sua estética moderna com o estilo conservador, hierárquico e mais autoritário do pentecostalismo brasileiro, que é estigmatizado pela mídia e elites culturais no país.

À medida que a Hillsong se tornou mais famosa nas últimas duas décadas, as igrejas brasileiras começaram a adotar algumas de suas características. Algumas se juntaram à Rede e à Família Hillsong para receberem materiais e enviarem pastores para treinamento no Hillsong College em Sydney. Outras copiaram o que viam na Internet — desde o design do logotipo até características típicas das igrejas de buscadores (cultos performativos, semelhantes a shows, e atividades voltadas para os jovens). Em todos os casos, o uso da língua inglesa foi fundamental para as mudanças nas igrejas. Tanto o desejo de copiar as tendências da moda do Norte Global quanto o uso de expressões em inglês mostram como esses aspectos estão associados à modernidade e o poder que detêm sobre os países do Sul Global.

Conclusão¹

Em dezembro de 2021, assisti ao Espetáculo de Natal realizado na Hillsong São Paulo, um evento anual que é recriado em cada uma das filiais globais da megaigreja.² Certamente, não foi uma superprodução como a realizada em Sydney (que envolve dança, música, teatro e cinema). No entanto, incluiu muitos dos elementos que tornaram o evento bem conhecido pelos fiéis da Hillsong em todo o mundo. O palco estava decorado com duas árvores de Natal brancas, adornadas com bolas douradas e prateadas, uma de cada lado da plataforma. Havia duas estrelas de néon brancas penduradas acima das árvores. As duas cantoras usavam vestido de gala branco, enquanto os cantores usavam smoking. Os músicos vestiam camisa e calça preta e gravata borboleta vermelha. Na plateia, as cadeiras estavam dispostas a um metro de distância umas das outras, e as pessoas na congregação e os músicos usavam máscara. A variante ômicron ainda estava a algumas semanas de estourar no país, então o culto foi realizado no formato presencial.

Após alguns louvores, Chris Mendez (como vimos, o Pastor Sênior da Hillsong para a América Latina) subiu ao palco com Raphael Galante, um pastor brasileiro que retornou ao Brasil após estudar no Hillsong College e ensinar liderança pastoral por alguns anos no College. Galante estava lá para traduzir do espanhol para Mendez, o mestre de cerimônias, pregador e animador do evento. Uma das primeiras coisas que Mendez observou, em tom irônico, foi que os cantores bem-vestidos pareciam “cristãos perfeitos”.

1 Conclusão traduzida para a língua portuguesa por Amanda Iost Camacho, sob supervisão e revisão de tradução da Profa. Dra. Rozane R. Rebecchi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

2 https://www.youtube.com/watch?v=W3LCrpp9m_M

Ele então fez sua primeira brincadeira, perguntando à congregação: “Quem acha que eles deveriam se vestir assim todos os domingos?” Ele imediatamente emendou com: “Não, não na Hillsong!” Todos riram. Com isso, ele afirmou o estilo da Hillsong, ao mesmo tempo que o diferenciou das igrejas no Brasil, onde pastores e congregações usam roupas formais. Mendez estava demarcando limites e criando uma comunidade. Ele mesmo não abriu nenhuma exceção porque era Natal. Seguiu o estilo habitual da Hillsong: vestia camisa branca amarrotada, jaqueta jeans e calça jeans *skinny* preta. Galante usava camisa de manga curta, jeans *skinny* preto rasgado e bota.

Como em Sydney, todas as atividades foram escolhidas e realizadas de forma a transmitir crescimento, sucesso e entusiasmo, um sinal claro da força e favor de Deus. Como Goh (2008, p. 296) colocou tão bem, as atividades eram uma “performance do mega”. Mendez começou mostrando um vídeo de 200 batismos realizados no dia anterior, pois tinham sido cancelados temporariamente devido à pandemia. O vídeo mostrava as cenas emotivas habituais de pessoas se abraçando e chorando quando saíam da piscina. Na última cena, a câmera (provavelmente presa a um drone) subiu da piscina, através do teto retrátil aberto da boate alugada onde a Hillsong se reúne em São Paulo, e filmou de cima a cena do batismo. As palavras “Hillsong São Paulo” e o logotipo da Hillsong foram colocados sobre a imagem. Quando as luzes voltaram, Mendez anunciou com euforia a abertura da Hillsong Montevidéu. Ele disse à congregação que era o primeiro campus totalmente financiado pela Hillsong América Latina. Todos aplaudiram a notícia. Ele então passou para o destaque da noite.

Esforçando-se para despertar a imaginação das pessoas, Mendez pediu que não publicassem nas redes sociais o que ele estava prestes a dizer. Era para ser uma “surpresa” para os que participassem da próxima reunião (culto). Ele observou que a campanha anual “Heart for the House”³ da

3 “Heart for the House” acontece todo ano no mês de junho em todas as igrejas Hillsong. Nesta ocasião, os seguidores são convidados a fazer doações para a Hillsong Foundation. Para mais informações, ver <https://hillsong.com/australia/foundation/hfth/>

Hillsong começou em 2018 no Brasil. A surpresa foi a enorme quantia que a igreja passou a arrecadar em doações durante essas campanhas. Enquanto ele falava, as somas eram projetadas em números grandes nos telões do palco. Ele começou mostrando o valor de 2018 (R\$ 459.000,00). Ao mencionar o valor de 2019 (R\$ 879.000,00), ele disse à congregação que eles obviamente “captaram a visão, o coração da nossa casa”, porque as doações haviam dobrado. Antes de os valores de 2020 serem projetados, ele observou que, à medida que a pandemia e a crise econômica avançavam, ele e sua esposa, Lucy, se perguntaram se deveriam continuar com a campanha anual. Eles decidiram seguir em frente, pois receber “pouco era melhor do que nada”.

Nesse ponto, ele mudou o discurso. Em vez de falar sobre as doações da congregação, passou a falar que Deus favorecia a igreja. Segundo Mendez, Deus os surpreendeu, já que conseguiram arrecadar um valor semelhante ao de 2019. Ele continuou criando suspense e entusiasmo, exclamando: “Vamos ver o que Deus fez em 2021.” Então ele pediu que todos se levantassem. Os valores projetados no telão começaram a aumentar mais rápido à medida que a música tocava num crescendo, aumentando o tempo, intensidade e volume. Primeiro o valor parou em R\$ 89.000,00 e Mendez comentou: “Não, não é isso. Vamos continuar.” Os números continuaram parando em quantias aleatórias mais altas, enquanto Mendez continuava dizendo em uma voz cada vez mais animada: “Está melhorando, mas ainda está longe,” ou “Isso é bom, mas precisamos continuar.” As pessoas começaram a aplaudir à medida que a música ficava mais alta. Quando o valor final apareceu na tela, tanto Mendez quanto Galante gritaram em uníssono, como se fossem apresentadores de TV anunciando um prêmio: “Heart for the House 2021! UM MILHÃO, CENTO E QUATORZE MIL REAIS! GLÓRIA A DEUS! VAMOS CELEBRAR, IGREJA! VAMOS ADORAR NOSSO DEUS!” Esse foi o sinal para a banda começar a tocar “He Shall Reign” da Hillsong

Worship, traduzida para o português⁴. Essa foi uma boa escolha de música para transmitir o poder de Deus demonstrado pela quantia na tela. Todos estavam cantando com os braços estendidos para o ar.

Assim que a música terminou, Mendez pareceu assumir o papel de um diretor financeiro que explica o relatório financeiro anual ao conselho ou aos funcionários de uma empresa. No entanto, seu relatório misturou finanças e religião. Para ele, Deus estava agindo neste mundo e apoiando o crescimento da igreja:

Lucy e eu estamos muito impressionados! Com a pandemia, há menos pessoas vindo à igreja, apesar das precauções que estamos tomando. Não só na nossa igreja, mas em todas as igrejas. Mas com menos pessoas, tivemos uma receita recorde para o Heart for the House. No meio da crise, Deus continua sendo Deus. Em comparação com o ano passado, houve um aumento de 30 por cento na receita e mais 130 pessoas doaram. Com menos, fizemos mais. A maior oferta foi de R\$ 111 mil e tivemos cerca de quatro doadores que deram entre 20 e 100 mil reais. Isso significa que o resto da igreja dividiu a responsabilidade. Isso porque entendemos que juntos somos melhores. Lucy, eu e os pastores fundadores, Brian e Bobbie Houston, agradecemos à igreja por sua generosidade, por seu coração, por compartilhar a carga. Começaremos Montevidéu a partir de uma posição de força. Continuaremos a apoiar Monterrey e elevar o nível do que fazemos com o CityCare [o braço de justiça social da Hillsong].

4 “Ele Reinará”: “Santo, Santo, Santo; Nosso Deus está no trono; Tão firme é a Sua fundação; Nenhum poder pode derrubar; E Ele reinará Para sempre e sempre; Um nome que supera as eras; Através do tempo Sua verdade revelada; Enquanto reis podem passar como sombras; Nosso Deus é soberano ainda; Ao Cordeiro sobre o trono; Aleluia, aleluia... No dia em que eu estiver diante d’Ele; Que louvor preencherá minha alma; E ali contemplar Sua glória E louvá-Lo ainda mais.” Letras e música de Ben Fielding e Reuben Morgan © 2019 Hillsong Music Publishing Australia CCLI: 7134997.

Nesse ponto, Mendez ficou mais íntimo. Ele pediu ao cinegrafista que desse um close no seu rosto e falou em um tom baixo para o público e para aqueles que acompanhavam on-line:

Ouçam, 2022 será cheio de surpresas. Ouçam, ouçam. Fevereiro está chegando. Aqueles que frequentam a nossa igreja entendem o que acontece em fevereiro. Glória a Deus pelo Heart for the House. Amém? Agora podem se sentar. Mas como eu disse, por favor, não compartilhem essa informação. Fica entre nós, *interno*. Em nível continental, foi um ano recorde. Em Monterrey, também houve um crescimento [nas doações] de 25 por cento em relação ao ano passado. Em Buenos Aires, houve um aumento de 110 por cento. Em nível continental, estamos bem-posicionados. Glória a Deus. Este é um domingo especial. Estamos focando na vida de Jesus. Vamos agora aproveitar o que a equipe preparou para nós.

As luzes se apagaram. Quando voltaram, uma das cantoras começou a cantar “Noite Feliz” acompanhada por uma mulher que tocava harpa. Os próximos trinta minutos foram dedicados a louvores, seguidos de uma apresentação sobre a história do Natal e uma pregação de outro pastor brasileiro.

O culto reuniu todos os elementos que tornam os cultos da Hillsong atraentes para os fiéis. O principal deles foi o afeto. O culto gerava um sentimento de família, comunidade, amor e intimidade (“interno”). Estavam todos muito empolgados e surpresos com o que Deus estava fazendo no momento. Havia crescimento e sucesso no futuro (aumento de doações e novas filiais sendo estabelecidas). Isso é comum no pentecostalismo, por meio da ideia de prosperidade. Na Hillsong, isso é traduzido pelos pastores geralmente dizendo: “O melhor ainda está por vir!” Tudo isso foi formatado como entretenimento. Através de espetáculos, música, empolgação, dinheiro e sucesso, Deus tornou-se presente. O Espetáculo de Natal padronizado, como outros eventos anuais no calendário da megagreja, também demonstrou como o estilo Hillsong é praticado no mundo todo. É essa

padronização que mantém a rede bem unida. No entanto, essa uniformidade e conexão estreita podem trazer problemas. Quando um dos elos da rede se envolve em escândalo, este pode se espalhar rapidamente pela rede e, por isso, a comunicação precisa ser cuidadosamente controlada. No entanto, o contexto sociocultural local também pode impedir que os escândalos se espalhem, como tem sido o caso no Brasil.

Controlando a Queda

No final de janeiro de 2022, um mês após o Espetáculo de Natal, Brian Houston deixou sua posição como Pastor Global Sênior da Hillsong para lidar com acusações criminais por encobrir o abuso sexual infantil cometido por seu pai. Na época, a igreja produziu um filme para ser exibido durante os cultos. Enquanto assistia on-line ao culto em Sydney, vi Brian e Bobbie Houston lado a lado explicando a situação. Eles começaram falando sobre os primeiros dias da Hillsong, depois negaram a veracidade das acusações e pediram a todos que orassem pela igreja (mas não pelas vítimas). No final do evento, apresentaram Phil e Lucinda Dooley, pastores australianos da Hillsong na África do Sul, que atuariam em seu lugar até o retorno de Houston no final do ano. Quando Phil e Lucinda Dooley apareceram na tela, falaram sobre suas vidas na megaigreja: como se conheceram em um acampamento de jovens; como Brian Houston celebrou seu casamento; como trabalharam no ministério de jovens; e como se mudaram para a África do Sul para abrir a Hillsong lá. Durante todo o tempo, fotos antigas ilustravam sua narrativa. Dessa forma, estabeleceram uma linhagem entre os Houston e eles. O vídeo mostrou a história da igreja desde o início dos Houston na Nova Zelândia até a megaigreja global que é hoje, e como os Pastores Sênior Interinos se encaixavam nesta narrativa.

Mais tarde, o mesmo vídeo que foi exibido no culto de domingo na Austrália foi apresentado no culto de domingo no Brasil, que ocorreu on-line na manhã de domingo no horário brasileiro. Como é comum nessas ocasiões, o vídeo foi legendado em português para que os brasileiros pudessem

ouvir e entender o que era dito em inglês. O som e as imagens proporcionavam uma forte sensação de pertencimento à família global Hillsong. O vídeo também garantiu que a mensagem fosse controlada e uniforme em toda a rede global da Hillsong. Enquanto eu observava os brasileiros postarem no chat do canal do YouTube da Hillsong, parecia que nada havia mudado. Eles postavam os emojis de sempre (mãos em oração, corações etc.), “améns”, “eu amo a Hillsong”, e depois que os Dooleys foram apresentados, uma pessoa escreveu: “Phil Dooley esteve na Hillsong SP. Foi 🔥”. Assim que o vídeo terminou, o pastor brasileiro passou rapidamente para outros assuntos, sem dar maiores detalhes sobre quais eram as acusações criminais contra Brian Houston.

No entanto, apenas dois meses depois, em março de 2022, Phil Dooley convocou uma reunião on-line urgente com o staff da megaigreja. De acordo com o que vazou para a imprensa internacional – tanto nas australianas ABC e Crikey, quanto no *The Guardian* e no *New York Times* – Dooley anunciou aos 800 funcionários ao redor do mundo que Houston havia incorrido em duas violações do código de conduta dos pastores da Hillsong e havia renunciado à sua posição na igreja. Segundo as transcrições da reunião no site de notícias australiano *Crikey* e em um comunicado de imprensa no site da megaigreja, Houston foi alvo de uma investigação interna por flertar por mensagem de texto com uma mulher em 2013, e passar um tempo com outra em um quarto de hotel sob a influência de álcool e comprimidos para dormir durante a conferência anual em 2019. O Conselho Global, responsável pela governança da igreja, havia pedido a Houston que se abstivesse de beber e pregar por três meses antes dessa reunião, mas ele não seguiu as diretrizes do conselho. Dooley disse que alguns dos Anciãos da Igreja na Austrália não estavam satisfeitos com a situação e estavam vazando detalhes das violações para o staff. A história estava prestes a sair na mídia, então o Conselho Global não teve outra alternativa senão pedir a Houston que renunciasse à igreja que fundou.

No domingo seguinte, assisti on-line ao culto da Hillsong São Paulo para ver como esse evento marcante seria comunicado no Brasil. Chris

Mendez foi propositadamente vago. Ele mencionou que havia notícias na mídia sobre a renúncia do Pastor Fundador Brian Houston, e que o Conselho Global emitiria um comunicado à imprensa. Ele também havia discutido o assunto da renúncia de Houston com o Pastor Interino Sênior Dooley. E foi só. Em seguida, ele rapidamente mudou para uma postura teológica: no final das contas, Deus estava no controle. Ao fazer isso, ele ignorou os detalhes muito seculares da demissão do Pastor Sênior e passou a se concentrar em Deus e na pouca influência que qualquer um tinha em comparação a Ele. Também foi igualmente vago ao anunciar a pregação do dia, mencionando indiretamente que tinha a ver com a situação da igreja. Ele disse aos congregantes que escolheu o Salmo 23: 1-6⁵ porque era “um trecho adequado da Bíblia para esse momento”, mas não explicou exatamente o que era “esse momento”.

Enquanto lia os comentários postados no bate-papo, novamente havia muitos emojis, améns, mensagens pedindo orações e elogiando a igreja, e bons dias de tal e tal cidade brasileira. A igreja postou as mensagens habituais oferecendo orações, pedindo para que as pessoas compartilhassem seus motivos de gratidão, anunciando eventos e solicitando doações. Apenas duas pessoas pareciam prestar muita atenção à importância deste acontecimento na história da igreja. Uma mulher atribuiu os problemas de Houston ao “inimigo”: “O inimigo não está feliz com o crescimento da igreja na Terra e por isso levanta acusações de todos os lados. Todos devem interceder⁶ pelo pastor e pela igreja”, escreveu. Outros responderam com “Amém”. Outra mulher escreveu: “Obrigada por serem transparentes! Sou

5 Salmo 23:1-6 (KJV): “O Senhor é o meu pastor; nada me faltará. Deitar-me faz em verdes pastos; guia-me mansamente a águas tranquilas. Refrigerar a minha alma; guia-me pelas veredas da justiça por amor do seu nome. Ainda que eu ande pelo vale da sombra da morte, não temerei mal algum, porque tu estás comigo; a tua vara e o teu cajado me consolam. Preparas uma mesa perante mim na presença dos meus inimigos; unges a minha cabeça com óleo; o meu cálice transborda. Certamente que a bondade e a misericórdia me seguirão todos os dias da minha vida; e habitarei na casa do Senhor para todo o sempre.”

6 Intercessão refere-se ao ato de orar a Deus por outra pessoa.

grata por esta família que busca a Deus e seu reino de maneira tão genuína.” Uma terceira mulher respondeu: “Nosso foco é Cristo.” Após a pregação, Mendez anunciou a data de abertura (maio de 2022) de uma segunda filial em São Paulo, em um teatro na zona leste da cidade. Ao fazer isso, ele novamente projetou uma imagem de crescimento e sucesso, indicando a graça de Deus. Isso gerou muita empolgação entre os que assistiam on-line, e eles escreviam mensagens a respeito.

Era como se nada demais tivesse acontecido. O contraste entre a mídia de língua inglesa e as discussões nas redes sociais, que estavam repletas de imagens e descrições da queda de Houston, e a calmaria do culto brasileiro era chocante. Isso me fez refletir profundamente sobre por que as estruturas da igreja se mostraram tão resilientes no Brasil. Klaver (2021, p. 194) argumentou que, como as igrejas como a Hillsong não fazem parte de uma denominação, elas dependem da “autoridade religiosa personalizada e do carisma de seus líderes” para manter a estrutura global unida e seus congregantes fiéis. Segundo Weber (1968), a autoridade carismática é instável. Ela precisa ser validada e reconhecida pelos seguidores. Nesse sentido, a autoridade carismática é relacional. Portanto, Klaver (2021, p. 194) observou:

Como a autoridade religiosa é baseada em carisma personalizado, os pastores líderes e suas famílias agem como modelos e exemplos de como viver a fé na vida cotidiana. [...] Liderar pelo exemplo exige hipervisibilidade e presença, que podem ser observadas em performances mediadas enfatizando transparência e autenticidade.

Portanto, o fato de o Pastor Global Sênior ter sido forçado a renunciar por incorrer em um comportamento menos que divino não deveria ser problemático para os seguidores brasileiros? Argumento que as duas postagens nos comentários do culto on-line através do YouTube mencionadas anteriormente explicam como o carisma e a autoridade podem ser

mantidos se houver uma explicação sobrenatural para a queda (“o inimigo”) e a resposta à queda for considerada “autêntica”.

Com os escândalos aumentando, a mídia cercando, e celebridades americanas como Justin Bieber e Selena Gomez se distanciando da igreja, a Hillsong entrou em modo de redução de danos. Eles foram vagos no comunicado à imprensa, mas ainda assim mencionaram as supostas questões que levaram à renúncia de Houston. Ao mesmo tempo, mantiveram o carisma de Houston pedindo orações por ele, como se ele fosse uma vítima vulnerável do álcool e dos comprimidos para dormir. O lado das mulheres que sofreram assédio nunca foi mencionado ou ouvido. Dessa forma, a igreja o censurou, mas também preservou sua imagem amorosa e cuidadosa. O comunicado de imprensa no site da igreja dizia:

Somos uma igreja que acredita na graça, no amor, na restauração e na integridade; esses são nossos valores orientadores. Você pode ter certeza de que as investigações sobre essas denúncias foram tratadas com extrema seriedade... Estamos aqui por você, e enquanto trabalhamos juntos para superar isso, estamos disponíveis para ajudar e oferecer apoio... Também acreditamos que esse é um momento para focarmos nossa atenção no Deus que restaura e reconstrói e incentivamos você a continuar se reunindo regularmente, não apenas aos domingos, mas nos grupos de conexão.

A Hillsong, assim, reforçou uma de suas características principais — o foco na graça e no amor, em vez do julgamento, algo que os brasileiros admiravam e que viam como oposto ao estilo pentecostal brasileiro. Para a megagreja, o foco dos membros deveria estar em Deus e no fortalecimento da comunidade da igreja por meio de atividades em grupo. Em seu estudo sobre a liderança carismática nas megagregas nos Estados Unidos, Corcoran e Wellman (2016, p. 310) concluíram que “Líderes carismáticos de religiões institucionalizadas não precisam se preocupar com encontros nos bastidores com os seguidores ou discutir sua vida cotidiana, porque ser uma pessoa comum pode ser parte de seu carisma.” É tanto sua vida

cotidiana quanto suas qualidades extraordinárias que atraem os seguidores. Se o pastor é um homem como qualquer um na congregação, ele pode sofrer tentação e se perder como eles. Sua autoridade pode ser restabelecida através da história do cristianismo — os humanos não são perfeitos, mas podem ser redimidos. Nesse caso, faz sentido para a Hillsong pedir à comunidade da igreja que ore por Brian Houston e ofereça graça e amor para que ele possa se recuperar.

No entanto, como Johnson (2020) demonstrou no estudo sobre a queda da megaigreja, Mars Hill, uma campanha on-line bem coordenada destruiu a autoridade carismática do pastor sênior Mark Driscoll. Através de websites, blogs e postagens nas redes sociais, membros descontentes da igreja conseguiram apresentar contranarrativas poderosas que levaram à queda de Driscoll e ao fechamento da megaigreja Mars Hill. Johnson (2020, p. 121) observou: “As mesmas tecnologias on-line usadas para espalhar a influência da Mars Hill e conferir a Driscoll celebridade internacional, tornaram-se instrumentos de empoderamento [para a congregação] ... ao virar as próprias palavras, os ensinamentos e a voz de Driscoll publicamente contra ele.” No final de 2020, quando os escândalos envolvendo a Hillsong começaram a surgir, foram criadas contas nas redes sociais para oferecer contranarrativas ao rígido controle de informações da igreja. Por exemplo, Hillsong ACCountability⁷ (no Facebook e YouTube), The Hillsong Kerfuffle e Religion.Shouldnt.Hurt (no Instagram), e o blog Hillsong Church Watch frequentemente publicam reportagens da mídia sobre os abusos e suas opiniões críticas sobre vídeos da igreja e postagens nas redes sociais dos Houstons. Em outubro de 2022, os mesmos criadores da série documental do Discovery +, *Hillsong: A Megachurch Exposed*, começaram a série de podcast *Hillsong: A Megachurch Shattered* abordando os escândalos e a queda

7 A grafia de “accountability” é um trocadilho que usa a abreviação de Australian Christian Churches (ACC), antes chamadas de Assembleias de Deus na Austrália, da qual Hillsong era afiliada. Esta conta de mídia social busca expor não apenas a Hillsong, mas também a AAC.

da Hillsong. Este podcast se espelha no podcast da revista *Christianity Today*, *The Rise & Fall of Mars Hill*.

No entanto, existem duas diferenças principais entre a Mars Hill e Driscoll, e a Hillsong e Houston. Primeiro, enquanto Driscoll era a única autoridade carismática de sua igreja, Brian Houston compartilhava essa autoridade com os líderes de adoração da Hillsong (como Darlene Zschech até 2007, e Taya Gaukrodger, Joel Houston e JD/Jonathon Douglass desde então) e outros pastores celebridades. Na verdade, a importância de Houston na igreja surgiu posteriormente, o que significa que sua figura como líder carismático foi construída ao longo do tempo, em contraste com Driscoll, cuja liderança esteve centralizada nele desde o início. Como Hutchinson (2017, p. 46) argumenta:

Após o estabelecimento da Conferência da Hillsong em março de 1987, não seria exagero dizer que os líderes da equipe de adoração da igreja, Geoff Bullock e Darlene Zschech, se tornaram mais conhecidos no exterior do que o pastor sênior. Comparando isso 15 anos depois, num momento em que Brian Houston é visto como uma figura dominante, quase ‘apostólica’, sugere-se que sua ascensão não deve ser discutida tanto em termos de carisma pessoal, mas em termos weberianos de carisma organizacional/institucional. À medida que a igreja cresce, ela precisa contar com um líder carismático, cujo carisma é construído precisamente para atender a essa necessidade.

Portanto, foi o crescimento da megaigreja que impulsionou Brian Houston a se tornar bem conhecido, e não o contrário. Outra diferença importante é que a Mars Hill não se expandiu globalmente como a Hillsong. A estrutura global da Hillsong e os pastores locais dão maior estabilidade à rede, uma vez que o carisma e o afeto, que se espalham pela rede, estão situados no contexto socioeconômico da localização de cada filial. Nesse contexto, a Hillsong pode ser capaz de sustentar e continuar a se reproduzir, mesmo que perca parte de seu brilho (particularmente nos Estados Unidos) devido aos escândalos. De fato, esses escândalos levaram a uma

queda de 12% nas doações na Austrália em comparação com o ano anterior e a uma considerável diminuição na frequência, de acordo com o relatório anual de 2021 da Hillsong.⁸ Provavelmente, essa situação é refletida nos Estados Unidos, embora não haja relatos de outras partes do mundo.

No entanto, se acreditarmos nas cifras de Chris Mendez durante o Culto de Natal em São Paulo mencionado no início desta conclusão, e na bem-sucedida criação de uma segunda filial na cidade em outubro de 2022, esse não é o caso no Brasil. Argumento que os fatores mencionados anteriormente tenham, até agora, protegido a Hillsong no Brasil dos abalos que ocorreram na Austrália e nos Estados Unidos. Além disso, as coisas não mudaram muito para os brasileiros após o afastamento dos Houston. Chris e Lucy Mendez e os pastores brasileiros ainda estão no comando e presentes em suas vidas diárias. Além disso, assim como os Houston, Phil e Lucinda Dooley são australianos e falam inglês, duas características que trazem prestígio para a igreja, como vimos ao longo deste livro. Os pastores internacionais da Hillsong continuam bem ativos e visitam e pregam nas filiais de São Paulo. Com a missão de encantar os sul-americanos após os escândalos, Phil Dooley pregou em ambas as filiais de São Paulo após sua visita a Buenos Aires em novembro de 2022.

Além disso, a Hillsong continua a oferecer aos brasileiros experiências emocionantes, prazerosas, de sucesso (indireto), de crescimento, de pregações em espanhol e inglês, e de uma sensação de bênção divina. Ela confere alguma autoridade a eles quando se tornam líderes de ministério (à medida que organizam o estacionamento antes dos cultos, limpam os banheiros ou participam da banda de louvor). A igreja não discrimina em relação a gênero, idade e estado civil, ao contrário das igrejas brasileiras. Por outro lado, o desligamento dos Houston reafirmou a percepção dos brasileiros de que a Hillsong era uma igreja ética, onde a lei prevalecia, e que os pastores da megaigreja não eram “semideuses”, como observou um

8 O relatório anual da Hillsong de 2021 está disponível on-line: https://issuu.com/hillsong/docs/annualreview_a4_finalw_v7?fr=sZDjiMTQOMDlxMzY

dos entrevistados. Tanto sua postura ética quanto igualitária são profundamente admiradas pela congregação brasileira, como vimos ao longo deste livro. Em resumo, a Hillsong proporcionou a eles uma vida que pode ser diferente — global, cosmopolita, racional, sofisticada e moderna.

A importância deste livro reside aqui. Ele demonstra que o local (tanto a origem quanto o destino dos fluxos religiosos) é fundamental para a forma como a religião se globaliza. Refiro-me não apenas ao fato de que as religiões precisam se adaptar ao novo local onde se estabelecem. Mais importante que isto, este livro mostrou as maneiras pelas quais as condições sociais do contexto local geram imaginários afetivos de outros lugares e impulsionam as pessoas a agir. Isso pode se manifestar na forma de entrar para fãs clubes, viagens (imaginárias ou reais), e adoção de novas formas sensacionais de outros lugares. Ao focar na forma como o estilo de Cristianismo Descolado da Hillsong se espalha no Brasil — por meio da aspiração da classe média por cosmopolitismo; fãs clubes; mídias digitais; viagens e igrejas brasileiras que o adotam —, este volume mostrou como o trabalho da imaginação é mediado por assimetrias de poder entre o Norte e o Sul Global.

Por exemplo, embora os fiéis americanos e brasileiros tenham sido atraídos pela cultura de celebridades, excelência e empolgação da Hillsong, eles ganham coisas bastante diferentes ao estudar no Hillsong College ou frequentar os cultos. Para os americanos que vivem na Austrália, o uso da língua inglesa pela igreja e o ensino de atitudes importantes para o mercado de trabalho (como pontualidade e autonomia) não eram fatores-chave que os atraíam. A Austrália pode ser um lugar emocionante para se viver, mas é parte do Norte Global, assim como os Estados Unidos. Além disso, a maioria dos adolescentes norte-americanos já tem experiência de trabalho, particularmente em cafés, bares e supermercados. Como resultado, as longas horas de voluntariado no College e na igreja são vistas como exploração. Eles também podem ir para outras megaigrejas com características similares nos Estados Unidos. Em contrapartida, os brasileiros estavam dispostos a dedicar longas horas e se submeter à autoridade dos pastores porque

sentiam que estavam aprendendo inglês e como se portar no mercado de trabalho, vivendo no Norte Global, e os pastores eram muito menos autoritários do que os do Brasil. Além disso, a igreja parecia transparente e ética quando afastou seu fundador, algo que nunca aconteceu no Brasil. Talvez a Hillsong tenha um futuro mais promissor no Sul do que no Norte Global. A turnê de palestras de Phil Dooley na América do Sul em 2022 parece indicar que a igreja também pensa assim.

Referências¹

ABRAHAM, I. Sincere Performance in Pentecostal Megachurch Music. *Religions*, v. 9, n. 6, p. 192, 2018.

ADOGAME, A. *The African Christian Diaspora: New Currents and Emerging Trends in World Christianity*. New York: Bloomsbury, 2013.

AGUIAR, T. A “Cultura” para o Reino: Materialidades e Sentidos da Adoração em uma Juventude Evangélica em Porto Alegre. 2020. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Antropologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

ALLEN, K.; MENDICK, H.; HARVEY, L.; AHMAD, A. Cultural Transitions: Celebrity and Young People’s Aspirations. In: FURLONG, A. *Routledge Handbook of Youth and Young Adulthood*. Abingdon: Routledge, 2016. p. 229–236.

ALMEIDA, R. *A Igreja Universal e Seus Demônios: Um Estudo Etnográfico*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2009.

ALMEIDA, R. Bolsonaro Presidente: Conservadorismo, Evangelismo e a Crise Brasileira. *Novos Estudos do CEBRAP*, v. 38, n. 1, p. 185–213, 2019.

ALMEIDA, R. Evangélicos à Direita. *Horizontes Antropológicos*, v. 26, n. 58, p. 419–436, 2020.

ALMEIDA, S. *Racismo Estrutural*. São Paulo: Pólen, 2019.

ALVES, J. *The Anti-Black City: Police Terror and Black Urban Life in Brazil*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2018.

ANDERSON, A. Varieties, Taxonomies, and Definitions. In: ANDERSON, A.; BERGUNDER, M.; DROOGERS, A.; VAN DER LAAN, C. *Studying Global*

¹ Referências adequadas para a língua portuguesa por Amanda Iost Camacho, sob supervisão da Profa. Dra. Rozane R. Rebechi e Profa. Dra. Cristina Rocha.

Pentecostalism: Theories and Methods. Berkeley: University of California Press, 2010. p. 13–29.

ANDERSON, A. *To the Ends of the Earth: Pentecostalism and the Transformation of World Christianity*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

ANGELO, M. Caiuá, a Ong de R\$ 2 Bilhões que se Tornou Dona da Saúde Indígena no Brasil. *The Intercept*, 30 set. 2017. Disponível em: <https://theintercept.com/2017/09/30/caiua-a-ong-de-r-2-bilhoes-que-se-tornou-dona-da-saude-indigena-no-brasil/>. Acesso em: 1 jul. 2020.

ANTUNES, A. The Richest Pastors in Brazil. *Forbes Magazine*, 17 jan. 2013. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2013/01/17/the-richest-pastors-in-brazil/#2f3cc4df5b1e>. Acesso em: 28 jul. 2017.

APPADURAI, A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

ARWECK, E.; KEENAN, W. *Materializing Religion: Expression, Performance and Ritual*. Abington: Routledge, 2016.

ASAD, T. *Formations of the Secular: Christianity, Islam, Modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2003.

AUBRÉE, M.; LAPLANTINE, F. *La Table, Le Livre et Les Esprits*. Paris: JC Lattès, 1990.

AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS (ABS). *Cultural Diversity*. Publicado em 28 jun. 2022. Disponível em: <https://www.abs.gov.au/statistics/people/people-and-communities/cultural-diversity-census/latest-release>. Acesso em: 29 jun. 2022.

AUSTRALIAN BUREAU OF STATISTICS (ABS). *Religious Affiliation in Australia*. Publicado em 4 jul. 2022. Disponível em: <https://www.abs.gov.au/articles/religious-affiliation-australia>. Acesso em: 4 jul. 2022.

BAEYER, S. *Living Transnationally between Japan and Brazil: Routes Beyond Roots*. Lanham, MD: Lexington Books, 2020.

BALLOUSSIER, A. Cara típica do evangélico brasileiro é feminina e negra. *Folha de S. Paulo*, 13 jan. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/01/cara-tipica-do-evangelico-brasileiro-e-feminina-e-negra-aponta-datafolha.shtml>. Acesso em: 13 jan. 2020.

BARR, S. Jesus Shoes Containing Holy Water Selling for £3,000. *The Independent*, 12 out. 2019. Disponível em: <https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/jesus-shoes-trainers-holy-water-nike-air-max-97-sold-out-mschf-online-shopping-a9149921.html>. Acesso em: 13 out. 2019

BARRETO, R.; CHAVES, J. The Shared Religious Roots of Twin Insurrections in the U.S. and Brazil. *The Washington Post*, 18 jan. 2023. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/made-by-history/2023/01/18/brazil-insurrection-evangelical-christianity>. Acesso em: 25 jan. 2023

BAUMAN, Z. *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press, 2008.

BBC. More Than Half in UK are Non-religious, Suggests Survey. *BBC News*, 4 set. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/uk-41150792>. Acesso em: 14 nov. 2017

BECK, U. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage, 1992.

BECK, U.; SZNAIDER, N. Unpacking Cosmopolitanism for the Social Sciences: A Research Agenda. *British Journal of Sociology*, v. 57, n. 1, p. 1–23, 2006.

BERGSON, H. *Laughter: An Essay on the Meaning of the Comic*. Traduzido por C. Brereton e F. Rothwell. Londres: Macmillan, 1911.

BILLINGS, B. *Megachurches Can Have Mega Problems: Insights from Toxic Leadership in Modern Megachurches*. 2020. Tese aprovada com distinção, Belmont University. Disponível em: https://repository.belmont.edu/honors_theses/7.

BISSELL, D. Comfortable Bodies: Sedentary Affects. *Environment and Planning A*, v. 40, p. 1697–1712, 2008.

BLYTH, C. *Rape Culture, Purity Culture, and Coercive Control in Teen Girl Bibles*. London: Routledge, 2021.

BOAZ, D. “Spiritual Warfare” or “Crimes against Humanity”? Evangelized Drug Traffickers and Violence against Afro-Brazilian Religions in Rio de Janeiro. *Religions*, v. 11, n. 12, p. 640, 2020.

BOURDIEU, P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Traduzido por Richard Nice. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.

BOURDIEU, P. The Forms of Capital. In: RICHARDS, J. *Handbook of Theory and Research in the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood Press, 1986. p. 46–58.

BOWLER, K. *Blessed: A History of the American Prosperity Gospel*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

BOWLER, K. *The Preacher's Wife: The Precarious Power of Evangelical Women Celebrities*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2019.

BOWLER, K.; REAGAN, W. Bigger, Better, Louder: The Prosperity Gospel's Impact on Contemporary Christian Worship. *Religion and American Culture*, v. 24, n. 2, p. 186–230, 2014.

BOYKOFF, M.; GOODMAN, M. Conspicuous Redemption? Reflections on the Promises and Perils of the “Celebrityization” of Climate Change. *Geoforum*, v. 40, p. 395–406, 2009.

BRÄUNLEIN, P. Thinking Religion through Things. *Method and Theory in the Study of Religion*, v. 28, n. 4–5, p. 365–399, 2016.

BRENNEMAN, R.; MILLER, B. When Bricks Matter: Four Arguments for the Sociological Study of Religious Buildings. *Sociology of Religion*, v. 77, n. 1, p. 82–101, 2016.

BRODESSER-AKNER, T. Inside Hillsong, the Church of Choice for Justin Bieber and Kevin Durant. *GQ Magazine*, 17 dez. 2015. Disponível em: <https://www.gq.com/story/inside-hillsong-church-of-justin-bieber-kevin-durant?mod=e2this>. Acesso em: 25 jan. 2016.

BRODESSER-AKNER, T. Hillsong: What It's Really Like Inside the Pentecostal Megachurch. *GQ Australia*, 6 jun. 2016. Disponível em: <http://www.gq.com.au/success/opinions/hillsong+what+its+really+like+inside+the+pentecostal+megachurch>. Acesso em: jun. 2016.

BULLIVANT, S. *Europe's Young Adults and Religion*. Benedict XVI Centre for Religion and Society, 2018. Disponível em: <https://www.stmarys.ac.uk/research/centres/benedict-xvi/docs/2018-mar-europe-young-people-report-eng.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2019.

BURITY, J. Conservative Wave: Religion and the Secular State in Post-impeachment Brazil. *International Journal of Latin American Religions*, v. 4, p. 83–107, 2020.

BURITY, J. The Brazilian Conservative Wave, the Bolsonaro Administration, and Religious Actors. *Brazilian Political Science Review*, v. 15, n. 3, p. 1–19, 2021.

BUTTICCI, A. *African Pentecostals in Catholic Europe: The Politics of Presence in the Twenty-First Century*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2016.

CALDEIRA, T. *City of Walls: Crime, Segregation, and Citizenship in São Paulo*. Berkeley: University of California Press, 2000.

CAMPBELL, C. *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Blackwell, 1987.

CAMPBELL, H. Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society. *Journal of the American Academy of Religion*, v. 1, p. 64–93, 2012.

CANNELL, F. Introduction. In: CANNELL, F. *The Anthropology of Christianity*. Durham, NC: Duke University Press, 2006. p. 1–50.

CAPLER, R. Porque milhões de evangélicos estão abandonando suas igrejas. *Veja*, 12 mai. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/matheus-leitao/por-que-milhoes-de-evangelicos-estao-abandonando-suas-igrejas/>. Acesso em: 13 mai. 2022.

CAPRIGLIONE, L. Tudo o que você queria saber sobre a inauguração do Templo do Rei Salomão, mas não tinha ninguém que lhe contasse. 5 ago. 2014. Disponível em: <https://br.noticias.yahoo.com/blogs/laura-capriglione/tudo-o-que-voc%C3%AA-queria-saber-sobre-inaugura%C3%A7%C3%A3o-025715044.html>. Acesso em: 15 set, 2015.

CARRANÇA, T. Jovens “sem religião” superam católicos e evangélicos em SP e Rio. *BBC News Brasil*, 9 mai. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-61329257>. Acesso em: 10 mai. 2022.

CARTLEDGE, M. Megachurches as Educational Institutions. In: HUNT, S. *Handbook of Megachurches*. Boston: Brill, 2020. p. 172–192.

CASANOVA, J. *Public Religion in the Modern World*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

CASTLES, S.; KALANTZIS, M.; COPE, B.; MORRISSEY, M. *Mistaken Identity: Multiculturalism and the Demise of Nationalism in Australia*. Sydney: Pluto Press, 1990.

CERQUEIRA, D. et al. *Atlas da Violência*. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2021. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/publicacoes>. Acesso em: 15 nov. 2022.

CHAGAS, T. Convertida? Bruna Marquezine vai a culto da Hillsong Los Angeles acompanhada da modelo Stephannie Oliveira. *Gospel Mais*, 20 ago. 2014. Disponível em: <https://noticias.gospelmais.com.br/bruna-marquezi-ne-hillsong-stephannie-oliveira-70546.html>. Acesso em: 2out. 2014.

CHAKRABARTY, D. *Provincializing Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2000.

CHAUI, M. Democracia e Sociedade Autoritária. *Comunicação e Informação*, v. 15, n. 2, p. 149–161, 2012.

CHEN, T. A Man Created an Instagram About Church Leaders in Expensive Designer Shoes. It's Sending People Down an Existential Morality Spiral. *BuzzFeed*, 5 abr. 2019. Disponível em: <https://www.buzzfeednews.com/article/tanyachen/a-man-created-preachersnsneakers-instagram-to-featu-re>. Acesso em: 7 abr. 2019.

CHESNUT, R. A. *Born Again in Brazil: The Pentecostal Boom and the Pathogens of Poverty*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 1997.

COLEMAN, S. *The Globalisation of Charismatic Christianity: Spreading the Gospel of Prosperity*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

COLEMAN, S. Borderlands: Ethics, Ethnography, and “Repugnant” Christianity. *Hau: Journal of Ethnographic Theory*, v. 5, n. 2, p. 275–300, 2015.

COLEMAN, S.; CHATTOO, S. Megachurches and Popular Culture: On Enclaving and Encroaching. In: HUNT, S. J. *Handbook of Megachurches*. Leiden: Brill, 2019. p. 84–102.

COLEMAN, S.; HACKETT, R. Introduction: A New Field? In: COLEMAN, S.; HACKETT, R. *The Anthropology of Pentecostalism and Evangelicalism*. New York: NYU Press, 2014.

COMAROFF, J. Pentecostalism, Post-Secularism, and the Politics of Affect in Africa and Beyond. In: LINDHARDT, M. *Pentecostalism in Africa: Presence and Impact of Pneumatic Christianity in Postcolonial Societies*. Leiden: Brill, 2015. p. 220–247.

CONNELL, J. Hillsong: A Megachurch in the Sydney Suburbs. *Australian Geographer*, v. 36, p. 315–332, 2005.

CONNELL, R.; IRVING, T. *Class Structure in Australian History: Documents, Narrative and Arguments*. Melbourne: Longman Cheshire, 1980.

COOL, J. The Mutual Co-construction of Online and Onground in Cyborganic. In: WHITEHEAD, N.; WESCH, M. *Human No More: Digital Subjectivities, Unhuman Subjects, and the End of Anthropology*. Boulder: University Press of Colorado, 2012. p. 11–32.

CORCORAN, K. E.; WELLMAN JR., J. K. People Forget He's Human: Charismatic Leadership in Institutionalized Religion. *Sociology of Religion*, v. 77, n. 4, p. 309–333, 2016.

COSCARRELLI, J. “Hillsong” Casts A Secular Lens on an Evangelical Band. *New York Times*, 14 set. 2016. Disponível em: http://www.nytimes.com/2016/09/15/arts/music/hillsong-united-church-documentary.html?_r=0. Acesso em: 14 set. 2016.

CUNHA, M. *A Explosão Gospel: Um Olhar das Ciências Humanas sobre o Cenário Evangélico no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad e Instituto Mysterium, 2007.

DAMATTA, R. *Carnavais, Malandros e Heróis: Para uma Sociologia do Dilema Brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

DANTAS, B. A Dupla Linguagem do Desejo na Igreja Evangélica Bola de Neve. *Religião e Sociedade*, v. 30, n. 1, p. 53–80, 2010.

DAVIE, G. *Religion in Britain Since 1945: Believing without Belonging*. Oxford: Blackwell, 1994.

DAWSON, A. Entangled Modernity and Commodified Religion: Alternative Spirituality and the “New Middle Class.” In: GAUTHIER, F.; MARTIKAINEN, T. *Religion in Consumer Society: Brands, Consumers and Markets*. London: Routledge, 2013. p. 127–142.

DELANTY, G. The Cosmopolitan Imagination: Critical Cosmopolitanism and Social Theory. *British Journal of Sociology*, v. 57, n. 1, p. 25–48, 2006.

DEPARTMENT OF EDUCATION AND TRAINING. International Student Data Summary. 2020. Disponível em: <https://internationaleducation.gov.au/research/international-student-data/Documents/MONTHLY%20SUMMARIES/2020/Full%20year%20summary.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2021.

DEPARTMENT OF EDUCATION. International Education Data and Research International Student Numbers by Country, by State and Territory. Disponível em: <https://www.dese.gov.au/international-education-data-and-research/international-student-numbers-country-state-and-territory>. Acesso em: 23 ago. 2022.

DIMOCK, M. Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. *Pew Research Center*, 17 jan. 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. Acesso em: 20 fev. 2019.

DRIESSENS, O. The Celebritization of Society and Culture: Understanding the Structural Dynamics of Celebrity Culture. *International Journal of Cultural Studies*, v. 16, n. 6, p. 641–657, 2012.

DUARTE, F. Exploring the Interpersonal Transaction of the Brazilian Jeitinho in Bureaucratic Contexts. *Organization*, v. 13, n. 4, p. 509–527, 2006.

ELDER, C. *Being Australian: Narratives of National Identity*. Sydney: Allen and Unwin, 2007.

ELLINGSON, S. Packaging Religious Experience, Selling Modular Religion: Explaining the Emergence and Expansion of Megachurches. In: GAUTHIER, F.; MARTIKAINEN, T. *Religion in Consumer Society: Brands, Consumers, and Markets*. Farnham, UK: Ashgate, 2013. p. 59–74.

ENGELKE, M.; ROBBINS, J. Global Christianity, Global Critique. Edição especial, *South Atlantic Quarterly*, v. 109, n. 4, p. 623–631, 2010.

ESKRIDGE, L. *God's Forever Family: The Jesus People Movement in America*. New York: Oxford University Press, 2013.

EVANS, M. Hillsong Abroad: Tracing the Songlines of Contemporary Pentecostal Music. In: INGALLS, M.; YONG, A. *The Spirit of Praise: Music*

and Worship in Global Pentecostal-Charismatic Christianity. University Park: Penn State University Press, 2015. p. 179–198.

EVANS, M. Creating the Hillsong Sound: How One Church Changed Australian Christian Music. In: RICHES, T.; WAGNER, T. *The Hillsong Movement Examined: You Call Me out upon the Waters*. New York: Palgrave Macmillan, 2017. p. 63–81.

FEATHERSTONE, M.; LASH, S. Globalization, Modernity, and the Spatialization of Social Theory: An Introduction. In: FEATHERSTONE, M.; LASH, S.; ROBERTSON, R. *Global Modernities*. London: Sage, 1995. p. 1–24.

FELTRIN, R. Globo exibe documentário sobre igreja evangélica e ganha elogios nas redes. *UOL Notícias*, 2 jan. 2017. Disponível em: <http://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2017/01/02/globo-exibe-documentario-de-igreja-evangelica-e-ganha-elogios-nas-redes.htm>. Acesso em: 2 jan. 2017.

FEWKES, J. H. Piety in the Pocket: An Introduction. In: FEWKES, J. H. *Anthropological Perspectives on the Religious Uses of Mobile Apps*. London: Palgrave Macmillan, 2019. p. 1–16.

FORUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. *Anuário Brasileiro de Segurança Pública* 16. 2022.

FOUCAULT, M. The Birth of Biopolitics. In: RABINOW, P. *Ethics: Subjectivity and Truth*. New York: New Press, 1997. p. 73–80.

FOWLER, D. The Hype Machine: Streetwear and the Business of Scarcity. *BBC*, 5 fev. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/work-life/article/20180205-the-hype-machine-streetwear-and-the-business-of-scarcity>. Acesso em: fev. 2018.

FRANK, T. *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago: University of Chicago Press, 1997.

FRENCH, A.; ADLER, D. Carl Lentz and the Trouble at Hillsong. *Vanity Fair*, Fevereiro, 2021. Disponível em: <https://www.vanityfair.com/style/2021/02/carl-lentz-and-the-trouble-at-hillsong>. Acesso em: 11 mai. 2021.

FRESTON, P. Pentecostalism in Brazil: A Brief History. *Religion*, v. 25, p. 119–133, 1995.

FRESTON, P. Charismatic Evangelicals in Latin America: Mission and Politics on the Frontiers of Protestant Growth. In: HUNT, S.; HAMILTON, M.;

WALTER, T. *Charismatic Christianity: Sociological Perspectives*. London: Macmillan Press, 1997. p. 184–204.

FRESTON, P. The Religious Field among Brazilians in the United States. In: JOUET-PASTRE, C.; BRAGA, L. *Becoming Brazuca: Brazilian Immigration to the United States*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2008. p. 255–268.

FRESTON, P. Reverse Mission: A Discourse in Search of Reality? *PentecoStudies*, v. 9, n. 2, p. 140–152, 2010.

FRISHBERG, H. “It’s a Cult”: Ex-Hillsong Members Claim Church Demanded “Slave Labor.” *NY Post*, 23 dez. 2020. Disponível em: https://nypost.com/2020/12/23/ex-hillsong-members-claim-church-is-cult-with-slave-labor/amp/?__twitter_impession=true. Acesso em: 5 mar. 2021.

FULLER, R. *Spiritual, but Not Religious: Understanding Unchurched America*. Oxford: Oxford University Press, 2001.

GALLOWAY, A. Tens of Thousands of International Graduates to Work in Australia Longer. *Sydney Morning Herald*, 3 set. 2022. Disponível em: <https://www.smh.com.au/politics/federal/tens-of-thousands-of-international-graduates-to-work-in-australia-longer-20220902-p5betx.html>. Acesso em: 3 set. 2022.

GAMSON, J. *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*. Berkeley: University of California Press, 1994.

GAUTHIER, F.; WOODHEAD, L.; MARTIKAINEN, T. Introduction: Consumerism as the Ethos of Consumer Society. In: GAUTHIER, F.; MARTIKAINEN, T. *Religion in Consumer Society: Brands, Consumers and Markets*. London: Routledge, 2013. p. 1–24.

GAW, K. F. Reverse Culture Shock in Students Returning from Overseas. *International Journal of Intercultural Relations*, v. 24, n. 1, p. 83–104, 2000.

GIDDENS, A. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity, 1991.

GLICK SCHILLER, N.; SALAZAR, N. Regimes of Mobility across the Globe. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, v. 39, n. 2, p. 183–200, 2013.

GLICK SCHILLER, N.; DARIEVA, T.; GRUNER-DOMIC, S. Defining Cosmopolitan Sociability in a Transnational Age: An Introduction. *Ethnic and Racial Studies*, v. 34, n. 3, p. 399–418, 2011.

GOH, R. Hillsong and “Megachurch” Practice. *Material Religion*, v. 4, n. 3, p. 284–304, 2008.

GOLDSTEIN, D. The Aesthetics of Domination: Class, Culture, and the Lives of Domestic Workers in Rio de Janeiro. In: HALL, K. *Studies in Inequality and Social Justice*. Meerut: Archana, 2009. p. 149–195.

GONÇALO, R. Megatemplos Evangélicos na Experiência Urbana. *Caderno Eletrônico de Ciências Sociais*, v. 8, n. 1, p. 60–90, 2020.

GONÇALVES PEREIRA, R. “Deixa o menino rodar”: O Carisma Reteté em uma Igreja Pentecostal da Periferia. *Debates do NER*, v. 19, n. 36, p. 267–305, 2019.

GOODWIN, M. *Abusing Religion: Literary Persecution, Sex Scandals, and American Minority Religions*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2020.

GRIESER, A.; JOHNSTON, J. *Aesthetics of Religion: A Connective Concept*. Berlin: Walter de Gruyter, 2017.

GROSSBERG, L. Is There a Fan in the House? The Affective Sensibility of Fandom. In: LEWIS, L. A. *Fan Culture and Popular Media*. New York: Routledge, 1992. p. 50–68.

GUERREIRO, C. “Hoje à Noite Vai Ter Reteté, Pô!” Evidências de Conflitos Cotidianos em Rituais Pentecostais. *Debates do NER*, v. 19, n. 34, p. 123–154, 2018.

HABERMAS, J. Religion in the Public Sphere. *European Journal of Philosophy*, v. 14, n. 1, p. 1–25, 2006.

HALAFOFF, A.; SHIPLEY, H.; YOUNG, P. D.; SINGLETON, A.; RASMUSSEN, M. L.; BOUMA, G. Complex, Critical and Caring: Young People’s Diverse Religious, Spiritual and Non-Religious Worldviews in Australia and Canada. *Religions*, v. 11, n. 4, p. 166, 2020.

HANNERZ, U. Cosmopolitans and Locals in World Culture. In: FEATHERSTONE, M. *Global Culture*. London: Sage, 1990. p. 237–251.

HARDAKER, D. The Hillsong Way: Where Free Labour for God Is Just the Beginning. *Crickey*, 30 ago. 2021. Disponível em: https://www.crikey.com.au/2021/08/30/hillsong-free-labour-for-god/?utm_campaign=CrikeyWorm&utm_medium=email&utm_source=newsletter. Acesso em: 31 ago. 2021.

HARDAKER, D. “How Do We Move Forward?”: Edited Transcript of Hillsong’s March 18 All-Staff Meeting. *Crickey*, 23 mar. 2022. Disponível em: <https://www.crikey.com.au/2022/03/23/hillsong-staff-meeting-transcript/>. Acesso em: 23 mar. 2022.

HARDING, S. Convicted by the Holy Spirit: The Rhetoric of Fundamental Baptist Conversion. *American Ethnologist*, v. 14, n. 1, p. 167–181, 1987.

HARDING, S. Representing Fundamentalism: The Problem of the Repugnant Cultural Other. *Social Research*, v. 58, n. 3, p. 373–393, 1991.

HARDY, E. Brand or Church? How Hillsong Is Facing a Day of Reckoning. *The Guardian*, 8 abr. 2022. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2022/apr/08/brand-or-church-how-hillsong-is-facing-a-day-of-reckoning>. Acesso em: 8 abr. 2022.

HARDY, E. Hillsong and the Life of Brian. *The Monthly*, Fevereiro, 2023. Disponível em: <https://www.themonthly.com.au/issue/2023/february/elle-hardy/hillsong-and-life-brian#mtr>. Acesso em: 3 fev. 2023.

HARRIS, E. Tattoos, Bieber, Black Lives Matter and Jesus. *New York Times*, 26 out. 2017. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/10/26/books/hillsong-church-carl-lentz-book-justin-bieber.html?action=click&module=RelatedLinks&pgtype=Article>. Acesso em: Agosto, 2017.

HAZARD, S. The Material Turn in the Study of Religion. *Religion and Society*, v. 4, p. 58–78, 2013.

HEBDIGE, D. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge, 1993.

HESS, D. *Samba in the Night: Spiritism in Brazil*. New York: Columbia University Press, 1994.

HILLSONG COLLEGE COURSE GUIDE. 2022–2023. Disponível em: <https://workdrive.zohoexternal.com/external/687117a1780a0c2b5c80055df4b58781a0bccb9447e943c3f6044736b607d2a3>. Acesso em: 12 mai. 2013.

HJARVARD, S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, v. 29, n. 2, p. 105–134, 2008.

HODKINSON, P. Spectacular Youth? Young People’s Fashion and Style. In: FURLONG, A. *Routledge Handbook of Youth and Young Adulthood*. London: Routledge, 2016. p. 266–272.

HOFBAUER, A. Blackness, Inequality and Religion: The Case of Candomblé. In: ENGLER, S.; SCHMIDT, B. *Handbook of Contemporary Religions in Brazil*. Leiden: Brill, 2016. p. 448–472.

HOUSTON, B. *The Church I Now See*. 12 out. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/hillsongsaopaulo/posts/1631637017128906:0>. Acesso em: 13 out. 2016.

HUTCHINSON, M. “Up the Windsor Road”: Social Complexity, Geographies of Emotion, and the Rise of Hillsong. In: RICHES, T.; WAGNER, T. *The Hillsong Movement Examined*. New York: Palgrave Macmillan, 2017. p. 39–61.

INGALLS, M.; YONG, A. *The Spirit of Praise: Music and Worship in Global Pentecostal-Charismatic Christianity*. University Park: Penn State University Press, 2015.

IKEUCHI, S. *Jesus Loves Japan: Return Migration and Global Pentecostalism in a Brazilian Diaspora*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2019.

JACKSON, J. *Pastorpreneurs*. Friendswood: Baxter, 2003.

JENKINS, P. *The Next Christendom: The Rise of Global Christianity*. New York: Oxford University Press, 2002.

JENNINGS, M. Imagining Jesus Doing a Whole Lotta Shakin’: Pentecostal Worship, Popular Music and the Politics of Experience. *Culture and Religion*, v. 15, n. 2, p. 211–226, 2014.

JENSEN, E. Church and Streetwear: A Match Made in Heaven? *Hypebeast Magazine*, 28 mai. 2019. Disponível em: <https://hypebeast.com/2019/5/church-streetwear-preachers-sneakers-kanye-west-sunday-service>. Acesso em: 30 mai. 2019.

JOBES, P. Faith through the Furnace: Hillsong, Exit Wounds and Keeping the Faith. *Sixty Stadia*, 4 mai. 2022. Disponível em: <http://www.sixtystadia.com/2022/05/faith-through-the-furnace/>. Acesso em: 10 mai. 2022.

JOHNSON, J. Megachurches, Celebrity Pastors, and the Evangelical Industrial Complex. In: FORBES, B. D.; MAHAN, J. H. *Religion and Popular Culture in America*. Oakland: University of California Press, 2017. p. 159–176.

JOHNSON, J. *Biblical Porn: Affect, Labor, and Pastor Mark Driscoll's Evangelical Empire*. Durham, NC: Duke University Press, 2018.

JOHNSON, J. The Fall of Mars Hill Church in Seattle: How Online Counter-Narratives Catalyzed Change. In: STAUISBERG, M.; WRIGHT, S.; CUSACK, C. *The Demise of Religion: How Religions End, Die, or Dissipate*. London: Bloomsbury, 2020. p. 119–134.

JOHNSTON, F. Take Me to Your T-shirts: The Rise of the Extreme Pop-up. *Financial Times*, 16 mai. 2019, p. 4.

KAPFERER, B. *Legends of People, Myths of State: Violence, Intolerance and Political Culture in Sri Lanka and Australia*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press, 1988.

KING-O'RIAN, R. C. "They Were Having So Much Fun, So Genuinely . . .": K-pop Fan Online Affect and Corroborated Authenticity. *New Media & Society*, v. 23, n. 9, p. 2820–2838, 2020.

KLAVER, M. Worship Music as Aesthetic Domain of Meaning and Bonding: The Glocal Context of a Dutch Pentecostal Church. In: INGALLS, M.; YONG, A. *The Spirit of Praise: Music and Worship in Global Pentecostal-Charismatic Christianity*. University Park: Penn State University Press, 2015a. p. 97–114.

KLAVER, M. Pentecostal Pastorpreneurs and the Global Circulation of Authoritative Aesthetic Styles. *Culture and Religion*, v. 16, p. 146–159, 2015b.

KLAVER, M. Global Church Planting in the Media Age: Hillsong Church. *Zeitschrift für Missionswissenschaft und Religionswissenschaft (ZMR)*, v. 102, n. 3/4, p. 227–235, 2018.

KLAVER, M. *Hillsong Church: Expansive Pentecostalism, Media and the Global City*. Cham: Palgrave Macmillan, 2021.

KÖHRSEN, J. *Middle-Class Pentecostalism in Argentina: Inappropriate Spirits*. Leiden: Brill, 2016.

LANERI, R. How Religious Celebs Like Kanye West Inspired Sunday "Church" Fashion. *New York Post*, 20 mai. 2019. Disponível em: <https://nypost.com/2019/05/20/how-religious-celebs-like-kanye-west-inspired-sunday-church-fashion>. Acesso em: 21 mai. 2019.

LARKIN, B. The Politics and Poetics of Infrastructure. *Annual Review of Anthropology*, v. 42, p. 327–343, 2013.

LEHMANN, D. *Struggle for the Spirit: Religious Transformation and Popular Culture in Brazil and Latin America*. Oxford: Polity Press, 1996.

LEVITT, P. *God Needs No Passport*. Boston: The New Press, 2007.

LEVITT, P.; GLICK SCHILLER, N. Conceptualizing Simultaneity: A Transnational Social Field Perspective on Society. *The International Migration Review*, v. 38, n. 3, p. 1002–1039, 2004.

LIN, W.; LINDQUIST, J.; XIANG, B.; YEOH, B. Migration Infrastructures and the Production of Migrant Mobilities. *Mobilities*, v. 12, n. 2, p. 167–174, 2017.

LIPKA, M. A Closer Look at America's Rapidly Growing Religious "Nones." 13 mai. 2015. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/05/13/a-closer-look-at-americas-rapidly-growing-religious-nones>. Acesso em: 30 jul. 2021.

LOFTON, K. *Consuming Religion*. Chicago: University of Chicago Press, 2017.

LOFTON, K. Revisited: Sex Abuse and the Study of Religion. *The Immanent Frame*, 24 aug. 2018. Disponível em: <https://tif.ssrc.org/2018/08/24/sex-abuse-and-the-study-of-religion/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

LUHRMANN, T. M. *When God Talks Back: Understanding the American Evangelical Relationship with God*. New York: Random House, 2012.

MADDOX, M. "In the Goofy Parking Lot": Growth Churches as a Novel Religious Form for Late Capitalism. *Social Compass*, v. 59, p. 146–158, 2012.

MADDOX, M. "Rise Up Warrior Princess Daughters": Is Evangelical Women's Submission a Mere Fairy Tale? *Journal of Feminist Studies in Religion*, v. 29, n. 1, p. 9–26, 2013a.

MADDOX, M. Prosper, Consume and Be Saved. *Critical Research on Religion*, v. 1, n. 1, p. 108–115, 2013b.

Madianou, M. Ambient Co-Presence: Transnational Family Practices in Polymedia Environments. *Global Networks*, v. 16, n. 2, p. 183–201, 2016.

Madianou, M.; MILLER, D. *Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia*. London: Routledge, 2012.

MARANHÃO, E. *A Grande Onda Vai Te Pegar—Marketing, Espetáculo e Ciberespaço na Bola de Neve Church*. São Paulo: Fonte, 2013.

MARCUS, B. Exclusive: Is This the Most Fashionable Church Ever? *Harper's Bazaar*, 13 ago. 2015. Disponível em: <http://www.harpersbazaar.com/culture/features/news/a11853/hillsong-church>. Acesso em: ago. 2015.

MARIANO, R. *Neopentecostais: Sociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 2014.

MARIZ, C. *Coping with Poverty: Pentecostals and Christian Base Communities in Brazil*. Philadelphia, PA: Temple University Press, 1994.

MARIZ, C. Pentecostalism and Confrontation with Poverty in Brazil. In: GUTIERREZ, B.;

SMITH, D. *In the Power of the Spirit: The Pentecostal Challenge to Historic Churches in Latin America*. Online, PC (USA): AIPRAL/CELEP, 1996. p. 129–146. Disponível em: <https://www.religion-online.org/book-chapter/chapter-4-pentecostalism-and-confrontation-with-poverty-in-brazil-by-cecilia-loreto-mariz>. Acesso em: 15 mar. 2006.

MARTI, G. The Global Phenomenon of Hillsong Church: An Initial Assessment. *Sociology of Religion: A Quarterly Review*, v. 78, n. 4, p. 377–386, 2017.

MARTIN, D. *Tongues of Fire: The Explosion of Protestantism in Latin America*. Oxford: Blackwell, 1990.

MARTIN, D. *Pentecostalism: The World Their Parish*. Oxford: Blackwell, 2002.

MARTIN, B. The Aesthetics of Latin American Pentecostalism: The Sociology of Religion and the Problem of Taste. In: ARWECK, E.; KEENAN, W. *Materialising Religion: Expression, Performance and Ritual*. Abington: Routledge, 2006. p. 138–160.

MASON, M.; SINGLETON, A.; WEBBER, R. Developments in Spirituality among Youth in Australia and Other Western Societies. *Annual Review of the Sociology of Religion*, p. 89–114, 2010.

MASSEY, D. Power-Geometry and a Progressive Sense of Place. In: BIRD, J.; CURTIS, B.; PUTNAM, T.; TICKNER, L. *Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change*. London: Routledge, 1993. p. 59–69.

MASSEY, D. *Space, Place and Gender*. Cambridge: Polity Press, 1994.

MASSUMI, B. *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*. Durham, NC: Duke University Press, 2002.

MAZZARELLA, W. Affect: What Is It Good for? In: DUBE, S. *Enchantments of Modernity: Empire, Nation, Globalization*. New Delhi: Routledge, 2009. p. 291–309.

MCCRACKEN, B. *Hipster Christianity: When Church and Cool Collide*. Grand Rapids, MI: Baker, 2010.

MCCRACKEN, B. Hipster Christianity, Revisited. *Converge Media*, 3 set. 2014. Disponível em: <https://convergemagazine.com/hipster-christianity-revisited-14394/>. Acesso em: 10 set. 2015.

MCCRACKEN, B. Acts of Faith: Can Hipster Christianity Save Churches from Decline? *The Washington Post*, 27 jul. 2015. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/news/acts-of-faith/wp/2015/07/27/can-hipster-christianity-save-churches-from-decline/?utm_term=.cfb87e51bc12. Acesso em: 10 set. 2015.

MCGINNIS, K. Should We Keep Singing Hillsong? *Christianity Today*, 2 mai. 2022. Disponível em: <https://www.christianitytoday.com/ct/2022/may-web-only/hillsong-church-music-sing-worship-scandal-documentary.html>. Acesso em: 5 mai. 2022.

MCGREGOR, C. *Class in Australia*. Ringwood, Vic.: Penguin, 2001.

MCINTYRE, E. Brand of Choice: Why Hillsong Music Is Winning Sales and Souls. *Australian Religion Studies Review*, v. 20, n. 2, p. 175–194, 2007.

MEYER, B. Pentecostalism and Neo-Liberal Capitalism: Faith, Prosperity and Vision in African Pentecostal-Charismatic Churches. *Journal for the Study of Religion*, v. 20, n. 2, p. 5–28, 2007.

MEYER, B. Introduction: From Imagined Communities to Aesthetic Formations: Religious Mediations, Sensational Forms, and Styles of Binding.

In: MEYER, B. *Aesthetic Formations: Media, Religion and the Senses*. New York: Palgrave Macmillan, 2009. p. 1–28.

MEYER, B. Pentecostalism and Globalization. In: ANDERSON, A.; BERGUNDER, M.; DROOGERS, A.; VAN DER LAAN, C. S. *Studying Global Pentecostalism: Theories and Methods*. Berkeley: University of California Press, 2010a. p. 113–130.

MEYER, B. Aesthetics of Persuasion: Global Christianity and Pentecostalism's Sensational Forms. *South Atlantic Quarterly*, v. 109, n. 4, p. 741–763, 2010b.

MEYER, B. Mediation and Immediacy: Sensational Forms, Semiotic Ideologies and the Question of the Medium. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, v. 19, n. 1, p. 23–39, 2011.

MEYER, B.; HOUTMAN, D. Introduction. Material Religion: How Things Matter. In: HOUTMAN, D.; MEYER, B. *Things: Religion and the Question of Materiality*. New York: Fordham University Press, 2012. p. 1–27.

MEYER, B.; MOORS, A. *Religion, Media, and the Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 2006.

MEYER, B.; VERRIPS, J. Aesthetics. In: MORGAN, D. *Key Words in Religion, Media and Culture*. New York: Routledge, 2008.

MEYER, B.; MORGAN, D.; PAINE, C.; PLATE, S. B. The Origin and Mission of Material Religion. *Religion*, v. 40, n. 3, p. 207–211, 2010.

MILLER, D. *Reinventing American Protestantism: Christianity in the New Millennium*. Berkeley: University of California Press, 1997.

MILLER, D.; YAMAMORI, T. *Global Pentecostalism: The New Face of Christian Social Engagement*. Berkeley: University of California Press, 2007.

MILLER, E. *A Planting of the Lord: Contemporary Pentecostal and Charismatic Christianity in Australia*. Unpublished PhD dissertation, University of Sydney, Australia, 2015.

MOREIRA, A. S. The Aestheticization of Religion in Brazil (and Probably Elsewhere). *International Journal of Latin American Religion*, v. 2, p. 125–141, 2018.

MOSELEY, R. Introduction. In: MOSELEY, R. *Fashioning Film Stars: Dress Culture and Identity*. London: BFI Publishing, 2005.

FBI Arrests Two Brazilian Bishops in Miami. *Religion News Blog*, 9 jan. 2007. Disponível em: <https://www.religionnewsblog.com/17121/fbi-arrests-two-brazilian-bishops-in-miami>. Acesso em: 20 out. 2010.

NOVAES, L. Hillsong Church São Paulo poderá ser inaugurada no início de 2016. *Guiame*, 13 mai. 2015. Disponível em: <http://guiame.com.br/gospel/mundo-cristao/hillsong-church-sao-paulo-podera-ser-inaugurada-no-final-de-2015.html>. Acesso em: mar. 2016.

O'DOUGHERTY, M. *Consumption Intensified: The Politics of Middle-Class Daily Life in Brazil*. Durham, NC: Duke University Press, 2002.

OLIVEIRA, E. Brasil regride em meta para acabar com o analfabetismo e não alcança objetivo de investir mais na educação, diz relatório Plano Nacional de Educação. *G1*, 24 jun. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2021/06/24/brasil-regride-em-meta-para-acabar-com-o-analfabetismo-e-nao-alcanca-objetivo-de-investir-mais-na-educacao-diz-relatorio.ghhtml>. Acesso em: 1 jun. 2022.

OLIVEN, R. Brazil: The Modern in the Tropics. In: SCHELLING, V. *Through the Kaleidoscope: The Experience of Modernity in Latin America*. London: Verso, 2000.

ONG, A. *Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality*. Durham, NC: Duke University Press, 1999.

OOSTERBAAN, M. Mediating Culture: Charisma, Fame and Sincerity in Rio de Janeiro, Brazil. In: COLEMAN, S.; HACKETT, R. *The Anthropology of Pentecostalism and Evangelicalism*. New York: NYU Press, 2015.

OOSTERBAAN, M. *Transmitting the Spirit: Religious Conversion, Media, and Urban Violence in Brazil*. University Park: Penn State University Press, 2017.

OPENSHAW, K. *I Am Universal: Transnational Material Networks of Spiritual Capital in the Australian Universal Church of the Kingdom of God*. Tese de doutorado não publicada, Western Sydney University, 2018.

OPENSHAW, K. The Universal Church of the Kingdom of God in Australia: Local Congregants and a Global Spiritual Network. *Journal for the Academic Study of Religion*, v. 32, n. 1, p. 27–48, 2019.

OPENSHAW, K. The Universal Church of the Kingdom of God in Australia: A Church of Non-Brazilian Migrants. *Social Compass*, v. 68, n. 2, p. 231–244, 2021.

ORO, A. *Religião no Espaço Público: Atores e Objetos*. São Paulo: Terceiro Nome, 2012.

ORO, A. Igrejas evangélicas brasileiras na Itália: recorrências e tensões. *Estudos de Religião*, v. 28, n. 2, p. 102–114, 2014a.

ORO, A. South American Evangelicals' Re-conquest of Europe. *Journal of Contemporary Religion*, v. 29, n. 2, p. 219–232, 2014b.

ORSI, R. What Is Catholic about the Clergy Sex Abuse Crisis? In: NORGET, K.; NAPOLITANO, V.; MAYBLIN, M. *Anthropology of Catholicism: A Reader*. Oakland: University of California Press, 2017. p. 282–292.

ORTIZ, R. Popular Culture, Modernity and Nation. In: SCHELLING, V. *Through the Kaleidoscope: The Experience of Modernity in Latin America*. London: Verso, 2000. p. 127–147.

PACHECO, R. Missões evangelizadoras têm que entrar no rol de investigados pelo genocídio Yanomami. *The Intercept*, 10 fev. 2023. Disponível em: <https://theintercept.com/2023/02/10/genocidio-yanomami-missoes-evangelizadoras-tem-que-ser-investigadas/>. Acesso em: fev. 2023.

PERES, E. Pastor Everaldo chora e pede clemência ao depor sobre fraudes no Rio. *Correio Braziliense*, 12 dez. 2020. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2020/12/4895536-pastor-everaldo-chora-e-pede-clemencia-ao-depor-sobre-fraudes-no-rio.html>. Acesso em: 5 jan. 2021.

PEW RESEARCH CENTER. About Three-in-Ten U.S. Adults Are Now Religiously Unaffiliated. 14 dez. 2021. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/religion/2021/12/14/about-three-in-ten-u-s-adults-are-now-religiously-unaffiliated/>. Acesso em: jan. 2022.

PHELAN, H. Can Jesus Close the Wage Gap? Inside Hillsong's Instagram-Fueled Women's Movement. *Elle Magazine*, 22 ago. 2019. Disponível em: <https://www.elle.com/life-love/a28752410/hillsong-womens-conference-colour>. Acesso em: 22 ago. 2019.

PINEZI, A.; CHESNUT, A. Pentecostal Gangs in Rio de Janeiro Ratchet Up Their Persecution of Afro-Brazilian Religions under President Bolsonaro. *The Global Catholic Review*, 29 ago. 2019. Disponível em: <https://www.patheos.com/blogs/theglobalcatholicreview/2019/08/pentecostal-gangs-in-rio-de-janeiro-ratchet-up-their-persecution-of-afro-brazilian-religions-under-president-bolsonaro/>. Acesso em: 30 set. 2019.

PINHEIRO-MACHADO, R.; SCALCO, L. Rolezinhos: Marcas, Consumo e Segregação no Brasil. *Revista Estudos Culturais*, v. 1, n. 1, p. 1-21, 2014.

PORTER, M. Singing Beyond Territory: Hillsong and Church Planting in Oxford, UK. In: RICHES, T.; WAGNER, T. *The Hillsong Movement Examined: You Call Me out upon the Waters*. New York: Palgrave Macmillan, 2017. p. 163-179.

POUNTAIN, D.; ROBINS, D. Cool Rules: Anatomy of an Attitude. *New Formations*, n. 39, p. 7-14, 2000.

PRANDI, R. Religião Paga, Conversão e Serviço. In: PIERUCCI, A.; PRANDI, R. *A Realidade Social das Religiões no Brasil: Religião Sociedade e Política*. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 257-273.

PREMAWARDHANA, D. Transformational Tithing Sacrifice and Reciprocity in a Neo-Pentecostal Church. *Nova Religion*, v. 15, n. 4, p. 85-109, 2012.

REDE NOVA SÃO PAULO. Mapa da Desigualdade 2021 é lançado. 21 out. 2021. Disponível em: <https://www.nossasaopaulo.org.br/2021/10/21/mapa-da-desigualdade-2021-e-lancado/>. Acesso em: 20 out. 2022.

RIBKE, N. Celebrity and Power in South America. In: ELLIOTT, A. *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. Abington: Routledge, 2018. p. 215-226.

RICHES, T. Shout to the Lord: Music and Change at Hillsong 1996-2007. M.Phil. Dissertation, Department of Music, ACU, 2010.

RICHES, T. The Sisterhood: Hillsong in a Feminine Key. In: RICHES, T.; WAGNER, T. *The Hillsong Movement Examined: You Call Me out upon the Waters*. New York: Palgrave Macmillan, 2017. p. 85-105.

RICHES, T.; WAGNER, T. The Evolution of Hillsong Music: From Australian Pentecostal Congregation into Global Brand. *Australian Journal of Communication*, v. 39, n. 1, p. 17–36, 2012.

RICHES, T.; WAGNER, T. *The Hillsong Movement Examined: You Call Me Out Upon the Waters*. London: Palgrave Macmillan, 2017.

ROBBINS, J. What Is a Christian? Notes toward an Anthropology of Christianity. *Religion*, v. 33, n. 3, p. 191–199, 2003.

ROBBINS, J. Continuity Thinking and the Problem of Christian Culture: Belief, Time, and the Anthropology of Christianity. *Current Anthropology*, v. 48, n. 1, p. 5–38, 2007.

ROBBINS, J. Anthropology of Religion. In: ANDERSON, A.; BERGUNDER, M.; DROOGERS, A.; VAN DER LAAN, C. S. *Studying Global Pentecostalism: Theories and Methods*. Berkeley: University of California Press, 2010. p. 156–178.

ROBBINS, J. The Anthropology of Christianity: Unity, Diversity, New Directions. *Current Anthropology*, v. 55, n. S10, p. 157–171, 2014.

ROBERTSON, J. Queensland Barrister Tony Morris QC Loses Appeal on \$146 Speeding Fine. *The Guardian*, 23 jun. 2015. Disponível em: <https://www.theguardian.com/australia-news/2015/jun/23/queensland-barrister-tony-morris-qc-loses-appeal-on-146-speeding-fine>. Acesso em: 23 jun. 2015.

ROBERTSON, S. Time and Temporary Migration: The Case of Temporary Graduate Workers and Working Holiday Makers in Australia. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, v. 40, n. 12, p. 1915–1933, 2014.

ROBERTSON, S.; RUNGANAİKALOO, A. Lives in Limbo: Migration Experiences in Australia's Education–Migration Nexus. *Ethnicities*, v. 14, n. 2, p. 208–226, 2014.

ROBBINS, D. J. Lifestyle Migration from the Global South to the Global North: Individualism, Social Class, and Freedom in a Centre of “Superdiversity.” *Population, Space and Place*, v. 25, n. 6, p. e2236, 2019.

ROCHA, C. *Zen in Brazil: The Quest for Cosmopolitan Modernity*. Honolulu: Hawaii University Press, 2006a.

ROCHA, C. Two Faces of God: Religion and Social Class in the Brazilian Diaspora in Sydney. In: KUMAR, P. *Religious Pluralism in the Diaspora*. Leiden: Brill, 2006b. p. 147–160.

ROCHA, C. The Brazilians in Sydney. *The Dictionary of Sydney/Sydney Journal*, v. 1, n. 2, p. 79–80, 2008.

ROCHA, C. Transnational Pentecostal Connections: An Australian Megachurch and a Brazilian Church in Australia. *Pentecostudies*, v. 12, n. 1, p. 62–82, 2013.

ROCHA, C. Triangular Circulation: Japanese Brazilians on the Move between Japan, Australia and Brazil. *Journal of Intercultural Studies*, v. 35, n. 5, p. 493–512, 2014.

ROCHA, C. A Megaigreja Hillsong no Brasil: A constituição de um campo religioso transnacional entre o Brasil e a Austrália. *Plural: Revista de Ciências Sociais USP*, v. 23, n. 2, p. 162–181, 2016.

ROCHA, C. *John of God: The Globalization of Brazilian Faith Healing*. New York: Oxford University Press, 2017a.

ROCHA, C. “The Come to Brazil Effect”: Young Brazilians’ Fascination with Hillsong. In: RICHES, T.; WAGNER, T. *The Hillsong Movement Examined: You Call Me out upon the Waters*. New York: Palgrave Macmillan, 2017b. p. 125–143.

ROCHA, C. “God Is in Control”: Middle-Class Pentecostalism and International Student Migration. *Journal of Contemporary Religion*, v. 34, n. 1, p. 21–37, 2019.

ROCHA, C. How Religions Travel: Comparing the John of God Movement and a Brazilian Migrant Church. In: VAN DE KAMP, L.; OOSTERBAAN, M.; BAHIA, J. *Global Trajectories of Brazilian Religions: Lusospheres*. London: Bloomsbury, 2020a. p. 23–36.

ROCHA, C. “Living the Dream”: Post-Millennial Brazilians at Hillsong College. In:

ROCHA, C.; HUTCHINSON, M.; OPENSHAW, K. *Australian Pentecostal and Charismatic Movements: Arguments from the Margins*. Leiden: Brill, 2020b. p. 217–235.

ROCHA, C. Cool Christianity: The Fashion–Celebrity–Megachurch Industrial Complex. *Material Religion*, v. 17, n. 5, p. 580–602, 2021.

ROCHA, C.; BARKER, M. *Buddhism in Australia: Traditions in Change*. London: Routledge, 2010.

ROCHA, C.; McPHILLIPS, K. ‘#MeToo catches up with spiritual healers: the case of Brazil’s John of God.’ *The Conversation*, 22 fev. 2019. Disponível em: <https://theconversation.com/metoo-catches-up-with-spiritual-healers-the-case-of-brazils-john-of-god-112394>. Acesso em: 22 fev. 2019.

ROCHA, C.; VÁSQUEZ, M. *The Diaspora of Brazilian Religions*. Leiden: Brill, 2013.

ROCHA, C.; HUTCHINSON, M.; OPENSHAW, K. *Australian Pentecostal and Charismatic Movements: Arguments from the Margins*. Leiden: Brill, 2020.

ROCHA, C.; OPENSHAW, O.; VOKES, R. “Middle-class” Africans in Australia: Choosing Hillsong as a Global Home. *Culture and Religion*. doi:10.1080/14755610.2022.2156566, 2022.

ROSAS, N. *Cultura evangélica e “dominação” do Brasil: música, mídia e gênero no caso do Diante do Trono*. Tese de doutorado não publicada, Departamento de Sociologia, Universidade Federal de Minas Gerais, 2015.

RUIC, G. Estas são as 20 melhores cidades do mundo para se viver. *Exame*, 21 mar. 2018. Disponível em: <https://exame.com/mundo/estas-sao-as-20-melhores-cidades-do-mundo-para-se-viver/>. Acesso em: 11 jan. 2022.

RUTHERFORD, D. Affect Theory and the Empirical. *Annual Review of Anthropology*, v. 45, p. 285–300, 2016.

SANCHEZ, Z.; LOCATELLI, D.; NOTO, A.; MARTINS, S. Binge Drinking among Brazilian Students: A Gradient of Association with Socioeconomic Status in Five Geo-economic Regions. *Drug Alcohol Dependence*, v. 127, n. 1–3, p. 87–93, 2013.

SANDERS, G. Ironically Religious, Blandly Fashionable. *Critical Sociology*, v. 40, n. 4, p. 495–498, 2014.

SANDLER, L. *Righteous: Dispatches from the Evangelical Youth Movement*. New York: Viking, 2006.

SARGEANT, K. *Seeker Churches: Promoting Traditional Religion in a Nontraditional Way*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2000.

SCHÄFER, A. “High on Jesus”: US Evangelicals and the Counterculture. *Horizonte*, v. 18, n. 57, p. 924–954, 2020.

SCHEIKOWSKI, M. Ex-judge Einfeld Admits Lying in Court. *SMH*, 31 out. 2008. Disponível em: <https://www.smh.com.au/national/exjudge-einfeld-admits-lying-in-court-20081031-5f0s.html>. Acesso em: 31 out. 2008.

SHANAHAN, M. *Australian Neo-Pentecostal Churches: Incorporating Late Modernity in a New Religious Form*. Tese de doutorado não publicada, Departamento de História Moderna, Política e Relações Internacionais, Macquarie University, 2018.

SHEPPARD, J.; BIDDLE, N. Class, Capital, and Identity in Australian Society. *Australian Journal of Political Science*, v. 52, n. 4, p. 500–516, 2017.

SHERINGHAM, O. *Transnational Religious Spaces: Faith and the Brazilian Migration Experience*. London: Palgrave Macmillan, 2013.

SILVA, V. G. Crossroads: Conflicts between Neo-Pentecostalism and Afro-Brazilian Religions. In: ENGLER, S.; SCHMIDT, B. *Handbook of Contemporary Religions in Brazil*. Leiden: Brill, 2016. p. 489–507.

SOUZA, J. *A Classe Média no Espelho: Sua História, Seus Sonhos e Ilusões, Sua Realidade*. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2018.

SOUZA MARTINS, J. The Hesitations of the Modern and the Contradictions of Modernity in Brazil. In: SCHELLING, V. *Through the Kaleidoscope: The Experience of Modernity in Latin America*. London: Verso, 2000. p. 248–275.

SPECK, S. Religion, Individualisation and Consumerism: Constructions of Religiosity in “Liquid” and “Reflexive” Modernity. In: GAUTHIER, F.; MARTIKAINEN, T. *Religion in Consumer Society: Brands, Consumers and Markets*. London: Routledge, 2013. p. 27–42.

STIEG, C. Kanye West’s Sunday Service Isn’t Exactly Church, but It Is Christian. *Refinery29*, 4 abr. 2019. Disponível em: <https://www.refinery29.com/en-us/2019/04/228821/kanye-west-sunday-service-religion-christian-church>. Acesso em: 10 abr. 2019.

STOLOW, J. Religion and/as Media. *Theory, Culture & Society*, v. 22, n. 4, p. 119–145, 2005.

STRAZZERY, J. Hillsong College. *Brazil–Australia Blog*, 11 set. 2011. Disponível em: www.brazilaustralia.com/hillsong-college. Acesso em: 20 set. 2011.

THOMPSON, E. P. Time, Work–Discipline, and Industrial Capitalism. *Past & Present*, v. 38, p. 56–97, 1967.

THORNTON, D. A Match Made in Heaven: Why Popular Music Is Central to the Growth in Pentecostal Charismatic Christianities. In: RICHES, T.; WAGNER, T. *The Hillsong Movement Examined: You Call Me out upon the Waters*. New York: Palgrave Macmillan, 2020. p. 109–125.

THREADGOLD, S.; GERRARD, J. *Class in Australia*. Melbourne: Monash University Press, 2022.

THUMMA, S.; BIRD, W. Megafaith for the Megacity: The Global Megachurch Phenomenon. In: BRUNN, S. D. *The Changing World Religion Map: Sacred Places, Identities, Practices and Politics*. Lexington, KY: Springer, 2015. p. 2331–2352.

TIETJEN, A. Pastor Carl Lentz Talks Preaching in Ripped Jeans, Bonding with Bieber. *Women’s Wear Daily*, 1 nov. 2017. Disponível em: <https://wwd.com/eye/people/carl-lentz-talks-preaching-in-jeans-bonding-with-bieber-11037192>. Acesso em: ago. 2017.

TOMAZELLI, I. Congresso perdoa R\$ 1 bi em dívidas de igrejas; Bolsonaro precisa sancionar. *UOL Notícias*, 7 set. 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/09/07/congresso-perdoa-r-1-bi-em-dividas-de-igrejas-bolsonaro-precisa-sancionar.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 8 jan. 2021.

TURNER, G. The Mass Production of Celebrity. “Celestoids,” Reality TV and the “Demotic Turn.” *International Journal of Cultural Studies*, v. 9, n. 2, p. 153–165, 2006.

TWEED, T. *Our Lady of the Exile: Diasporic Religion at a Cuban Catholic Shrine in Miami*. New York: Oxford University Press, 2002.

TWITCHELL, J. *Branded Nation: The Marketing of Megachurch, College Inc., and Museumworld*. New York: Simon and Schuster, 2004.

TWITCHELL, J. *Shopping for God: How Christianity Went from in Your Heart to in Your Face*. New York: Simon and Schuster, 2007.

VALENTINSSON, M. C. Stars: They Talk Just Like Us! *Anthropology News*, v. 61, n. 1, p. 3–6, 2020.

VAN DE KAMP, L. *Violent Conversion: Brazilian Pentecostalism and Urban Women in Mozambique*. Oxford: James Currey, 2016.

VAN DE KAMP, L. The Transnational Infrastructures of Luso-Pentecostal MegaCities. *New Diversities*, v. 19, p. 1–17, 2017.

VAN WYK, I. *The Universal Church of the Kingdom of God in South Africa: A Church of Strangers*. New York: Cambridge University Press, 2014.

VÁSQUEZ, M. *More Than Belief: A Materialist Theory of Religion*. New York: Oxford University Press, 2011.

VÁSQUEZ, M. From Colonialism to Neo-liberal Capitalism: Latino/a Immigrants in the U.S. and the New Biopolitics. *Journal for Cultural and Religious Theory*, v. 13, n. 1, p. 81–100, 2014.

VÁSQUEZ, M.; MARQUARDT, M. *Globalizing the Sacred: Religion across the Americas*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2003.

VÁSQUEZ, M.; RIBEIRO, L. “A Igreja é Como a Casa da Minha Mãe”: Religião e espaço vivido entre brasileiros no condado de Broward. *Ciências Sociais y Religion/Ciências Sociais e Religião*, v. 9, n. 9, p. 13–29, 2007.

WADE, M.; HYNES, M. Worshipping Bodies: Affective Labour in the Hillsong Church. *Geographical Research*, v. 51, p. 173–179, 2013.

WADE, M. Seeker-Friendly: The Hillsong Megachurch as an Enchanting Total Institution. *Journal of Sociology*, v. 52, n. 4, p. 661–676, 2015.

WAGNER, T. The “Powerful” Hillsong Brand. In: RICHES, T.; WAGNER, T. *The Hillsong Movement Examined: You Call Me Out Upon the Waters*. London: Palgrave Macmillan, 2017. p. 253–269.

WAGNER, T. *Music, Branding and Consumer Culture in Church: Hillsong in Focus*. Abington: Routledge, 2019.

WARD, R. The Australian Legend. In: WHITLOCK, G.; CARTER, D. *Images of Australia*. Brisbane: University of Queensland Press, 1992. p. 179–190.

WARD, P. *Celebrity Worship: Media, Religion and Culture*. Abington, UK: Routledge, 2020.

WEBER, M. (1922) *On Charisma and Institution Building: Selected Writings*. Editado por S. N. Eisenstadt. Chicago: University of Chicago Press, 1968.

WEBER, M. (1904–5) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Traduzido por T. Parsons. London: Routledge, 2001.

WELLMAN, J. K. Jr.; CORCORAN, K. E.; STOCKLY, K. J. Megachurches as Total Environments. In: HUNT, S. *Handbook of Megachurches*. Leiden: Brill, 2019. p. 152–171.

VERTOVEC, S.; COHEN, R. *Conceiving Cosmopolitanism: Theory, Context, and Practice*. Oxford: Oxford University Press, 2002.

VINCETT, G.; OLSON, E.; HOPKINS, P.; PAIN, R. Young People and Performance Christianity in Scotland. *Journal of Contemporary Religion*, v. 27, n. 2, p. 275–290, 2012.

WINDLE, J.; MAIRE, Q. Beyond the Global City: A Comparative Analysis of Cosmopolitanism in Middle-Class Educational Strategies in Australia and Brazil. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, v. 40, n. 5, p. 717–733, 2019.

WOLF, C. Jerry Lorenzo Takes the Next Step Towards His Fashion Revolution. *GQ Magazine*, 23 dez. 2020. Disponível em: <https://www.gq.com/story/fear-of-god-jerry-lorenzo-adidas-basketball-real-hoopers-know>. Acesso em: 25 jan. 2021.

WULFHORST, C. Intimate Multiculturalism: Blurred Boundaries between Brazilians and Australians in Sydney. Tese de doutorado não publicada, Institute for Culture and Society, Western Sydney University, 2011.

WUTHNOW, R. *Boundless Faith: The Global Outreach of American Churches*. Berkeley: University of California Press, 2009.

YIP, J. Marketing the Sacred: The Case of Hillsong Church, Australia. In: JAMES, J. *A Moving Faith: Mega Churches Go South*. Delhi: Sage, 2015. p. 106–126.

AB4 PUBLICAÇÕES

CNPq
Conselho Nacional de Desenvolvimento
Científico e Tecnológico

TRIBO DA ILHA
EDITORA



ISBN: 978-65-87289-44-1



9 786587 289441 >