

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 midiatização 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 pertençam 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 matricularem 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.