



Centro Universitário de Brasília

Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - FASA

Roseni Pinheiro da Silva

**A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO E
DO MARKETING NO PROTESTANTISMO BRASILEIRO**

Brasília
2006

Roseni Pinheiro da Silva

A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO E
DO MARKETING NO PROTESTANTISMO

Monografia apresentada ao Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof^ª. Lara Santos de Amorim

Brasília
2006

Roseni Pinheiro da Silva

A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO E
DO MARKETING, NO PROTESTANTISMO BRASILEIRO E A
INDIVISIBILIDADE PROTESTANTE

Monografia apresentada ao Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof^a. Lara Santos de Amarin

Brasília, ____ de _____ de 2006.

Banca Examinadora

Prof^a. Lara Santos de Amarin
Orientadora

Prof.
Examinador

Prof.
Examinador

AGRADECIMENTO

Ao Deus da minha vida,
Cuja misericórdia me alcançou;
E na sua graça hoje vivo.

À minha amada esposa:
Um presente que ganhei de Deus.

Ao amigo, Richard Werner,
Que contribui doando rico material de pesquisa.

Ao amigo e professor, Sergio Euclides,
Colaborador e “provocador”.

À amiga Márcia Maria,
Responsável pela revisão deste trabalho

À minha orientadora, Lara Amorin,
Que também foi analista.

Disse Jesus : “Eu sou caminho, e a verdade, e a vida;
Ninguém vem ao Pai senão por mim”. João 14, 6

RESUMO

O trabalho de pesquisa foi desenvolvido sobre o problema da influencia das novas tecnologias da comunicação e do marketing no protestantismo brasileiro, e a indivisibilidade protestante, abordando as questões teológicas e éticas da questão, pelas quais se podem chegar às conclusões das hipóteses levantadas.

Palavras-chave: Comunicação. Marketing. Teologia. Protestantismo brasileiro.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
METODOLOGIA.....	8
1 A INDIVISIBILIDADE DO PROTESTANTISMO	9
2 O CONTINUÍSMO DO PROTESTANTISMO PELA GRAÇA, SALVAÇÃO E ÉTICA	11
2.1 Elos teológicos	11
2.2 A ética protestante a serviço do capitalismo	11
3 OS METODISTAS: A ORIGEM DO EVANGELISMO MODERNO E O PROTESTANTISMO DO SENTIMENTO	13
4 PENTECOSTAL OU PROTESTANTISMO BRASILEIRO DA PÓS-MODERNIDADE/MODERNISMO-TARDIO?	16
5 EVANGELISMO PROTESTANTE E MARKETING DE REDE	18
6 A MÍDIA A SERVIÇO DE “DEUS”	20
6.1 O utilitarismo da fé	22
6.2 O poder e autoridade da mídia de Deus	24
6.3 Divinização e origem dos profetas	24
7 O DISCIPULADO E O MARKETING DE RELACIONAMENTO	28
7.1 Discipulado hollywoodiano	29
7.2 Discipulado no protestantismo brasileiro	30
7.3 O discipulado wesleyano.....	31
7.4 O discipulado metodista no Distrito Federal.....	32
7.5 O discipulado e o marketing de relacionamento.....	33
CONCLUSÃO.....	34
REFERÊNCIAS.....	36

INTRODUÇÃO

A transição histórica do moderno para o pós-moderno/modernismo-tardio pela qual passam as sociedades capitalistas pode ser a causa primária das mudanças percebidas no comportamento religioso dos brasileiros e do protestantismo praticado aqui. Essa mutação do ambiente capitalista é sustentada, neste trabalho, pelo argumento apresentado por Harvey (1992), no qual defende alterações nas práticas estéticas, culturais e experiências diferentes da compreensão de tempo e do espaço em períodos históricos de superacumulação de capital.

A crise de superacumulação iniciada no final dos anos 60, e que chegou ao auge em 1973, gerou exatamente esse resultado. A experiência do tempo e do espaço se transformou, a confiança nas associações entre juízos científicos e morais ruiu, a estética triunfou sobre a ética como foco primário de preocupação intelectual e social, as imagens dominaram as narrativas, a efemeridade e a fragmentação assumiram precedência sobre verdades eternas e sobre a política unificada e as explicações deixaram o âmbito dos fundamentos materiais e político-econômicos e passaram para a consideração de práticas políticas e culturais autônomas. (Harvey, 1989, p.163)

Harvey (1992) denuncia esse momento significativo em que à humanidade assiste o desdobramento histórico do capitalismo e suas conseqüências: fim de profissões, o surgimento da telefonia celular, televisão digital e da internet, o voto eletrônico, a propagação do conhecimento por meio de videoconferências, a interconexão dos mercados financeiros e outras. Essa onda de transformações, desencadeada dentro de períodos específicos no capitalismo, que foi preconizada por Giddens, (1990, p. 6), é aqui representada pela metáfora de um espetáculo que causa ao mesmo tempo deslumbre e medo. Diante desse abrir de cortinas da pós-modernidade/modernismo-tardio, o protestantismo ganha fôlego no Brasil, e apresenta formas diferentes daquelas originárias da Reforma Protestante.

De acordo com o senso divulgado pelo IBGE, em 2000, o protestantismo obteve crescimento de 7,43% em relação à década passada. Agora os protestantes representam mais de 15% dos brasileiros, o que representa 26,1 milhões. Essa mudança, pela qual passa a sociedade brasileira, suscita o interesse dessa pesquisa de buscar o entendimento da forma como isso vem acontecendo. Quais são as forças que atuam diretamente na reformulação da identidade religiosa dos

brasileiros? Como essa nova forma de protestantismo tem influenciado e recibo influência dessas transformações.

Ao concordar com esse ambiente de crise sugerido por Harvey (1992), este trabalho de pesquisa volta-se para o protestantismo brasileiro, especificamente para o metodismo do Distrito Federal, como possível fonte, da qual se pode abstrair alguma resposta para o problema da influência das novas tecnologias da comunicação e técnicas de marketing no protestantismo do Brasil, e indivisibilidade protestante.

O objetivo é a comprovação (ou não) da interferência dessas ferramentas, cuja importância é irrefutável para o desenvolvimento do sistema de produção capitalista, nas interpretações da religião protestante. Em específico, como atuam nos grupos de discipulado dos metodistas brasileiros.

A relevância do tema e dos objetivos da pesquisa encontra-se no desejo de colaborar com entendimento dos fenômenos sociais relacionados ao protestantismo no Brasil. Embora, haja a convicção plena de que os esforços aqui empregados não são, de maneira nenhuma, suficientes para uma conclusão definitiva do problema. Visto que, a complexidade do tema e as limitações de ordem acadêmica e de tempo não concedem à pesquisa nada além do que uma modesta contribuição ao entendimento da questão. Contudo, isso não faz menor a motivação para realização deste trabalho, que encontra como inspiradores e motivadores os desejos de Darcy Ribeiro (1997), de repensar o Brasil, de encontrar suas matrizes sócio-culturais e, a partir delas, reconstruí-lo.

A escolha do metodismo encontra razões bem simples: a impossibilidade de tempo e recursos desta pesquisa para ampliar o espectro da investigação e notável participação, no decorrer da história, dos metodistas nos eventos de vanguarda do protestantismo. Só para citar, os metodistas foram os primeiros a promover cultos nos quais participavam membros de outras denominações protestantes e escravos; participação metodista no movimento abolicionista nos Estados Unidos.

METODOLOGIA

O método de pesquisa adotado foi a consulta em fontes secundárias, das quais foram retirados os conceitos para legitimar as considerações feitas sobre os problemas da suposta influência dos meios de comunicação de massa no protestantismo brasileiro, e indivisibilidade histórica do protestantismo. Para esse fim, foram pesquisadas obras literárias que abordam direta, ou indiretamente, assuntos relacionados com os problemas apresentados nesta pesquisa. Dessas obras, destacam-se aquelas que têm como autores, David Harvey (1992), Max Weber (2004), Philip Kotler (1999) e Peter Demant (2004); além de outros, não tão conhecidos, mas com contribuições igualmente relevantes para execução e cumprimentos dos objetivos deste trabalho de pesquisa.

As referências serviram como ponto de partida para análises feita sobre as práticas do protestantismo metodista do Distrito Federal, do cujo autor é membro. Experiência que colabora com este trabalho na medida em que os conceitos e liturgias da doutrina metodista, por consequência do protestantismo brasileiro, são de conhecimento empírico do autor.

Foram submetidos às refutações desta pesquisa, os conceitos de discipulado, discipulado wesleyano, discipulado protestante, protestantismo, protestantismo brasileiro, ética protestante, metodismo, protestantismo do sentimento, pentecostalismo, neopentecostalismo, marketing de relacionamento, segmentação do culto, caráter utilitário da fé e profeta.

As maiores dificuldades encontradas pelo pesquisador estiveram na indisponibilidade de dados oficiais das denominações protestantes, sobre participação dos membros nos projetos de discipulado; pouco material científico sobre o assunto e curto prazo para realização da pesquisa.

1 A INDIVISIBILIDADE DO PROTESTANTISMO

Embora, algumas das abordagens feitas, neste trabalho, sigam o modelo tradicional de classificar o protestantismo em categorias distintas, como: protestantismo histórico, pentecostal e neopentecostal, a intenção aqui é apenas didática - a fim de promover uma seqüência lógica dos argumentos, cujo objetivo é exatamente a negação dessas categorias para o protestantismo.

A idéia adotada será: a de que esses movimentos são apenas desdobramentos (continuidade) do mesmo protestantismo oriundo da Reforma Protestante de Martinho Lutero; e que as possíveis diferenças existentes nas práticas doutrinárias e estéticas de culto não são suficientes para estabelecer pontos de ruptura entre eles. Pode-se usar um raciocínio bem simples, mas bastante lógico para demonstrar que: é a natureza da coisa que define o que ela é, e não a percepção que se tem dela. Um grupo de mulheres de meia idade – todas com olhos e cabelos claros – não pode ser considerado diferente, quanto à natureza, de um formado por mulheres adolescentes com olhos e cabelos castanhos. Esses grupos são formados por mulheres; e nem a aparência nem a idade podem negar isso. Essa mesma lógica se aplica ao protestantismo. Indiferente da forma ou surgimento, ele conserva a mesma essência.

A idéia adotada aqui é: de uma definição que não fragmente o todo, mas apenas o qualifique enquanto tempo e espaço. Sendo assim, somente para não misturar significados e práticas, que só dizem respeito à cultura brasileira, com outros de culturas diferentes, nas quais também está presente o protestantismo, adotar-se-á a nomenclatura de protestantismo brasileiro.

A divisão clássica separa os movimentos protestantes basicamente de duas formas:

- a) Considerando o surgimento histórico;
- b) Diferenças doutrinária e estética dos cultos. Neste grupo, estão as igrejas do avivamento: pentecostais e neopentecostais.

O protestantismo histórico tem como representantes as denominações como: Episcopal (Anglicana), Metodista, Batista, Luterana e Presbiteriana. Nesta divisão, quando a abordagem é feita sobre o protestantismo brasileiro, inclui-se a Igreja Congregacionalista, que nasceu no Brasil. Essas denominações surgiram a

partir da Reforma Protestante, século XVI, quando Martinho Lutero lançou novas bases para teologia cristã, cuja essência confrontava os dogmas da doutrina católica.

No século XVI a Europa foi abalada por uma série de movimentos religiosos que contestavam abertamente os dogmas da igreja católica e a autoridade do papa. Estes movimentos, conhecidos genericamente como Reforma, foram sem dúvida de cunho religioso. No entanto, estavam ocorrendo ao mesmo tempo que as mudanças na economia européia, juntamente com a ascensão da burguesia. Por isso, algumas correntes do movimento reformista se adequavam às necessidades religiosas da burguesia, ao valorizar o homem “empreendedor” e ao justificar a busca do “lucro”, sempre condenado pela igreja católica. (ABREU, 2006, p. 30)

De acordo com o site de história, organizado pelo professor Edriano Abreu, a Reforma Protestante não foi apenas um movimento religioso, mas econômico e político. Conforme Abreu, havia um clamor da burguesia que não concordava com a postura da Igreja Católica, o que demonstra claramente que, desde o nascimento, o protestantismo serviu não somente aos propósitos da religião, mas também aos de cunho secular.

O grupo dos pentecostais é formado pelas igrejas: Assembléia de Deus, Congregação Cristã do Brasil, Igreja do Evangelho Quadrangular, Igreja Pentecostal O Brasil para Cristo, Deus é Amor, Casa da Bênção.

A Igreja de Nova vida, Universal do Reino de Deus, Igreja Sara Nossa Terra, Renascer Em Cristo, Igreja Internacional da Graça e Deus é amor são alguns dos expoentes do neopentecostalismo brasileiro.

2 O CONTINUÍSMO DO PROTESTANTISMO PELA GRAÇA, SALVAÇÃO E ÉTICA

2.1 Elos teológicos

A teologia reformista emerge essencialmente diferente da católica. Nela, a Bíblia ganha o status de única referência possível para a doutrina cristã. Há notável desprezo pelas relíquias e ritos baseados nas tradições do catolicismo, para os quais, segundo os teólogos reformistas, não cabe outra definição senão a de heresia. Além disso, a teologia dos reformistas oferece explicação diferente para os problemas da graça e da salvação. A fé em Cristo é a única condição para que haja salvação do pecador, que a recebe na forma de graça. O que contraria diretamente os dogmas católicos, nos quais se encontra a resposta para o problema da salvação não apenas pela fé, como no protestantismo, mas também na prática de “boas obras”, que são expressas pelo pecador através de atos de piedade e misericórdia. Em outras palavras: o protestante já recebe a salvação junto com a conversão; o católico a receberá conforme suas ações, que serão julgadas no dia do juízo final. (WEBER, 2004)

As igrejas do protestantismo brasileiro estão interligadas por conceitos teológicos reformistas, que forjam um elo entre os grupos: históricos, pentecostais e neopentecostais. A teologia, neste caso, não apenas traz explicações sobre questões divinas, mas também sobre o próprio protestantismo.

2.2 A ética protestante a serviço do capitalismo

A idéia de continuidade do protestantismo fica ainda mais clara ao colocá-la sob a luz do pensamento weberiano. Weber (2004) revela pontos de incongruências entre protestantismo e o catolicismo; ao pensar a relação do protestantismo com o sistema de produção capitalista: o protestantismo introduz uma ética capaz de mudar a relação do indivíduo com o trabalho e com o dinheiro na forma de lucro, fornecendo os subsídios éticos necessários para o desenvolvimento do capitalismo.

Weber (2004) afirma que, essa ética fornecera o conceito de vocação profissional, pelo qual a capacidade produtiva do indivíduo torna-se *status* de virtude. E assim, o virtuoso é aquele que consegue por meio do trabalho transcender

o ganho necessário para suprir as demandas de subsistência, que consegue alcançar superávit. Dessa forma, Weber revela como a ética protestante ajuda o capitalismo a exorcizar o “demônio”, que acompanhava as idéias de produtividade e lucro num mundo visto sob uma perspectiva católica.

[O ideal do homem honrado digno de crédito e, sobretudo,] a idéia do *dever* que tem o indivíduo de se interessar pelo aumento de suas posses como um fim em si mesmo. [com efeito: aqui não se prega simplesmente uma técnica de vida, mas uma “ética” peculiar cuja violação não é tratada apenas como desatino, mas como uma espécie de falta com o dever: isso, antes de tudo, é a essência da coisa. O que ensina aqui não é apenas “perspicácia nos negócios” – algo que de resto se encontra com bastante freqüência -, mas é um ethos que se expressa, e é precisamente nesta qualidade que ele nos interessa.]. (WEBER, 2004, p. 45)

Para Weber (2004), na direção contrária daquilo que a ética protestante considerada virtude, está aquele cuja incapacidade de desenvolvimento dos meios produtivos impossibilita a aquisição de bens e acúmulo de capital. Essa falta de empreendedorismo, conforme Weber (2004), presente nas sociedades onde o catolicismo é maioria, representa objetivamente um entrave para o desenvolvimento capitalista.

Dos argumentos weberianos apresentados, o que trata do caráter produtivo da ética protestante é o que melhor se encaixa dentro dos objetivos desta pesquisa. Ele mostra um caminho pelo qual se pode caminhar e perceber como o trabalho de evangelização do protestantismo brasileiro conserva as mesmas motivações éticas empregadas no sistema produtivo capitalista; o que o torna indivisível tanto pela teologia quanto pela ética.

A não negação da Bíblia como livro sagrado; os fundamentos teológicos lançados pela Reforma; e a ética protestante, conforme aqui colocados, não apenas afirmam um continuísmo protestante, mas impõem rachaduras profundas em relação ao catolicismo, formando um abismo cognitivo e teológico intransponível, que não permite colocá-los de um mesmo lado.

3 OS METODISTAS: A ORIGEM DO EVANGELISMO MODERNO E O PROTESTANTISMO DO SENTIMENTO

Em 24 de maio de 1738, o pastor anglicano John Wesley, afirmou ter vivido uma experiência sobrenatural que mudou sua vida e também os rumos do protestantismo. De acordo com Wesley (foi naquele dia que realmente se convertera ao cristianismo). Essa experiência ficou conhecida como “Dia do Coração Aquecido”. Depois disso, Wesley passou a entender a fé protestante de maneira diferente, dedicando-se à prática da evangelização e cultos itinerantes. (LELIÈVRE, 1997).

Graças às novas facilidades que as pregações ao ar livre lhe proporcionaram, não tinha de sujeitar-se às limitações de espaço de um templo nem as recomendações daqueles ministros que lhe ofereciam os púlpitos. Desde então, sua mensagem produziu os resultados mais surpreendentes. Multidões afluíam aos lugares públicos onde ele pregava, e nem a chuva, nem o vento podiam dispersá-las. (LELIÈVRE, 1997, p. 79)

Cria que o evangelho deveria ir de encontro ao pecador, libertando-o das amarras espirituais impostas pelo pecado. Tamanha era sua crença nessa missão que, montou um pequeno púlpito junto à cela do cavalo. Aos críticos, que não concordavam com as pregações fora do templo anglicano, ele respondia com a frase: “O mundo é minha paróquia”. Wesley viajava pelo interior da Inglaterra e escolhia como ponto de pregação os locais de grande concentração popular. Wesley pregava, entre outros lugares, nas minas de carvão. Em Kingswood, logrou a conversão de vários mineiros. (LELIÈVRE, 1997).

Essa população de mineiros aceitou com alegria o evangelho que nunca havia conhecido, e Kingswood não demorou para ser completamente transformada. Já não era como havia sido antes: um local de desordem e violência. Em vez de brigas e disputas, via-se harmonia e paz [...]. (LELIÈVRE, 1997, p. 79).

De acordo com Lelièvre (1997), as pregações de Wesley não apenas traziam conforto espiritual às comunidades por onde passava, mas também contribuía para minimizar as conseqüências promovidas pelo grave problema social pelo qual passava a Inglaterra naquela época.

Mas, Wesley não seguiu sozinho, logo outros pastores começaram a aderir o movimento e novos foram formados a partir dos convertidos. Por causa dos

métodos desenvolvidos por Wesley, que deviam ser seguidos a fim de conseguir a santificação (separação do pecado), o movimento passou a ser conhecido como metodismo. (LELIÈVRE, 1997).

A liga de uma religiosidade sentimental porém ascética com uma crescente indiferença quando não rejeição pelos fundamentos dogmáticos da ascese calvinista caracteriza também a contrapartida anglo-americana do pietismo continental: o metodismo. (WEBER 2004, p.126).

De acordo Weber (2004), esse movimento trouxe uma leitura mais sentimental da religião sem se distanciar totalmente das explicações calvinistas, embora o calvinismo tivesse considerações bastante distintas sobre os sentimentos: vistos como algo suspeito e ilusório. Nesse sentido, pode-se afirmar que, o protestantismo sentimental e missionário do metodismo não provocou nenhuma cisão na estrutura do cristianismo reformista. Pelo contrário, potencializou seu alcance. Prova disso está no sucesso alcançado pelas pregações metodistas na América do Norte, onde foi responsável por boa parte do desenvolvimento do protestantismo naquele lugar (LELIÈVRE, 1997). Esse fato demonstra a capacidade do protestantismo de se modificar de acordo com o meio onde está inserido.

Ao chegar aos Estados Unidos, o metodismo lança as bases do que mais tarde seria conhecido como protestantismo do espírito e depois protestantismo pentecostal.

O protestantismo do sentimento e da prática ascéticas é parte essencial da doutrina metodista, cujo foco está na afirmação da graça e nos frutos oriundos dela.

Ora, segundo a doutrina de Wesley, a qual representa não só uma radicalização conseqüente da doutrina da santificação, mas também um desvio decisivo de sua versão ortodoxa, quem dessa forma renasce ou se regenera é capaz de obter já nesta vida, por força do efeito da graça sobre si, a consciência da perfeição no sentido de ausência de pecado, através de um segundo processo interior, que de regra acontece à parte e não raro de improviso: a "santificação". (WEBER 2004, p. 126, grifo do autor).

Na doutrina metodista, as boas obras são resultados práticos de uma mudança espiritual, desencadeada pela conversão e salvação em Cristo. Neste contexto, o asceticismo metodista é entendido como instrumento dessa regeneração pessoal, cujo objetivo é a santificação (separação do pecado): não como meio de salvação, mas como fim da mesma. (WEBER, 2004).

Considerada a personalidade missionária, o protestantismo do sentimento do metodismo e as diferenças em relação às outras denominações protestantes daquela época; o metodismo torna-se simbólico. Para demonstrar o caráter indivisível do protestantismo, estabelecendo um link histórico entre as transformações do protestantismo durante a modernidade e as que acontecem na pós-modernidade/modernismo-tardio. Através dele, percebe-se semelhanças entre as transformações desencadeadas no protestantismo, a partir do seu surgimento, com as que acontecem agora no protestantismo brasileiro: a dinâmica de evangelização dos pentecostais e neopentecostais encontram origem histórica na motivação wesleyana; bem como as interpretações da teologia numa ótica sentimental e liturgia avivada dos cultos.

4 PENTECOSTAL OU PROTESTANTISMO BRASILEIRO DA PÓS-MODERNIDADE/MODERNISMO-TARDIO?

A origem do termo pentecostal está no Pentecostes. Dia em que, segundo a Bíblia, cumpriu-se a promessa de Jesus aos seus discípulos, que o espírito santo de Deus haveria de visitá-los após sua redenção. “Eis que enviarei sobre vós o que meu Pai prometeu. Por isso, permaneçei vós na cidade (Jerusalém) até serdes revestidos da força do alto”, (LUCAS, cap. 24, versículo 49). De acordo com a narrativa contida no livro Atos dos Apóstolos, um fenômeno sobrenatural marcou esse dia que, para alguns teólogos, é o início do cristianismo.

Tendo-se completado o dia de Pentecostes, estavam todos reunidos no mesmo lugar. De repente, veio do céu um ruído como o agitar-se de um vendaval impetuoso, que encheu toda casa onde se encontravam. Apareceram-lhes, então, línguas de fogo, que se repartiam e que pousaram sobre cada um deles. E todos ficaram repletos do Espírito Santo e começaram a falar em outras línguas, conforme o Espírito lhes concedia se exprimirem. (ATOS DOS APÓSTOLOS, Cap. 2).

O surgimento do protestantismo pentecostal é bastante discutível. Tradicionalmente, o marco do seu início foi no ano de 1906, em Los Angelis (EUA) na Rua Azuza, onde houve um grande avivamento caracterizado principalmente pelo "batismo com o Espírito Santo" evidenciado pelos dons (glossolalia, curas milagrosas, profecias, interpretação de línguas e discernimento de espíritos). (SOUZA, 2004). Contudo, há os que rechaçam esse fato como marco histórico do nascimento do movimento pentecostal. “Os fatos demonstram que as práticas místicas pentecostais sobreviveram às épocas que separam o dia de Pentecostes do famoso acontecimento em Los Angeles, numa comunidade de protestantes negros, no início do século XX”. (SOUZA, 2004, p. 20). Ele defende que o pentecostalismo é mais antigo. Manifestações como as da Rua Azuza já haviam acontecido nos primeiros períodos após a Reforma.

O primeiro de avivamento teria acontecido durante o século XVIII entre os anabatistas, quacres e metodistas, e foi denominado como protestantismo do espírito. “O movimento reclamava a especial dispensação do Espírito Santo no presente, praticava uma nova manifestação do dom de profecia e apregoava a proximidade do fim dos tempos”. (SOUZA, 2004, p.17).

Esse movimento, que mais tarde ficou conhecido como pentecostal, chegou ao Brasil nas primeiras décadas do século XX, quando grande parte da população vivia no campo. Ele trouxe consigo um novo modelo de fé protestante, diferente daquele engendrado pelos missionários e imigrantes.

A doutrina pentecostal introduziu uma liturgia (conjunto de celebrações) menos rígida do que a das igrejas-históricas, dando maior liberdade de expressão aos fiéis. Isso acontece porque, para os pentecostais, os dons do Espírito Santo são sinais do batismo e da conversão.

No princípio, o pentecostalismo desenvolveu a busca dos carismas do Espírito Santo como sendo recursos indispensáveis para o crescimento interno da espiritualidade da igreja e para a tarefa da evangelização. Depois, a ênfase foi direcionada para a cura e a libertação como efeito do Espírito Santo. (SOUZA, 2004, p. 20).

Esse fenômeno espiritual (epifania) que vem depois da conversão ao cristianismo, é entendido pelo pentecostal como de demonstração da graça da divindade, que reparte seu poder - em forma de dons - entre os que lhe prestam culto. Profetizar, interpretar textos bíblicos, exorcizar demônios, curar doenças físicas e espirituais, falar em línguas estranhas e interpretá-las são os dons mais disseminados entre os que acreditam nessa doutrina.

Conforme Souza (2004), o movimento pentecostal brasileiro tem como característica a diversidade; que as várias denominações existentes enfatizam coisas diferentes em suas doutrinas, e o próprio pentecostalismo em si vem alterando o foco.

A despeito dessas variações, o movimento mantém sua unicidade em torno da crença na contemporaneidade dos dons do Espírito Santo e no batismo do Espírito Santo, que deve suceder à conversão ao evangelho, cujo sinal é o recebimento de uma graça especial de comunicar-se com o mundo espiritual através da glossolalia. (SOUZA, 2004, p. 21).

O que Souza (2004) revela é um caráter único para o protestantismo “pentecostal”, colaborando em parte com a definição, deste trabalho, sobre a questão da continuidade histórica protestante. Contudo, ao fragmentar o protestantismo em histórico e pentecostal, o argumento de Souza (2004) se distancia do empregado neste trabalho. Esse distanciamento é justificado pelas razões já apresentadas a respeito do metodismo.

5 EVANGELISMO PROTESTANTE E MARKETING DE REDE

Na trilha weberiana do empreendedorismo protestante, vê-se o desembarque dos primeiros protestantes no Brasil, o que aconteceu ainda na primeira metade do século XIX. Os primeiros passos do protestantismo dentro do território brasileiro foram dados por imigrantes vindos da Europa na primeira metade do século XIX; período que ficou conhecido como protestantismo de imigração. Esses imigrantes se estabeleceram na região Sul do Brasil e interior de São Paulo. (BARBOSA, 2002). Eles eram formados por metodistas, luteranos e anglicanos e predominantemente se dedicavam à agricultura, e mantinham como principais características o proselitismo. Barbosa (2002) nega qualquer intenção de conquistar novos fiéis por parte dos protestantes neste momento, o que só aconteceria mais tarde com a chegada dos missionários metodistas, em 1835. Esse fato dá início ao período denominado como: protestantismo de conversão.

No segundo momento, a preocupação se volta para um trabalho de proselitismo entre os brasileiros, isto é, desenvolve-se um esforço para, por meio das pregações e outras práticas, conquistar e convencer os católicos a aderir às doutrinas protestantes. (BARBOSA, 2002, p. 32)

Os esforços e estratégias empregados pelos missionários têm semelhanças visíveis com os utilizados pelas empresas de marketing de rede. O corpo a corpo dos missionários daquela época, que batiam de porta em porta para falar do evangelho dentro de uma perspectiva protestante e distribuir Bíblias – prática que ainda é usada por muitas denominações protestantes para evangelização – visava à conversão dos católicos brasileiros e capacitação de novos missionários, agora nativos; o que reduzia a rejeição imposta pelas diferenças culturais.

Essa estratégia é muito parecida com aquela utilizada pelas empresas de cosméticos, iguais a Avon. As representantes dessas empresas batem à porta dos consumidores para demonstrarem e seus produtos, e depois marcam uma reunião expositiva na qual devem estar presentes mais consumidoras. Os objetivos desse tipo de marketing de rede não é apenas vender os produtos da empresa, mas conquistar e capacitar outras representantes.

De acordo com Kotler (1999), essa estratégia apóia-se na teoria do marketing de relacionamento, cujo objetivo é fazer com que os clientes não apenas comprem determinados produtos/serviços, mas que, a partir de um tratamento diferenciado que recebem, possam se tornar geradores de negócios para a empresa. “Com isso espera-se que os associados se transformem em defensores, clientes que entusiasticamente recomendam a empresa e seus produtos e serviços aos outros”. (KOTLER, 1999, p. 74).

Esse mesmo entusiasmo acompanha à atividade missionária protestante - devido ao caráter ético que o próprio protestantismo atribuiu ao trabalho: quanto maior for o número de conversões conseguidas por um missionário, maior será a noção do dever cumprido. Dessa forma, tanto o missionário protestante do passado quanto o do presente têm bem mais do que o sentimento de participação (sociedade), que lhes foram conferidos pelo status de membros. Mas, a noção da qual falou Weber (2004), que esforços na evangelização requerem mensuração através do número de novas conversões, o que os torna mais ou menos virtuosos.

6 A MÍDIA A SERVIÇO DE “DEUS”

Para alcançar seus objetivos de evangelização, as denominações protestantes de hoje adotaram outras estratégias que vão além daquelas usadas, como já visto, pelos primeiros missionários. Parte dessas igrejas que vieram ou nasceram em território brasileiro cerca-se dos aparatos oferecidos pelas teorias do marketing e utiliza sem preconceito os meios de comunicação de massa. Televisão, rádio, veículos de comunicação impressa e internet são alguns dos canais por onde propagam a mensagem protestante, conforme matéria publicada pela Revista Veja no mês de agosto de 2006. Essa opção de utilizar a mídia colaborou para o número significativo de conversões alcançadas pelo protestantismo na última década.

A reportagem revela que cerca de 18% da população converteu-se ao protestantismo, e o grupo que mais cresce é aquele cuja doutrina ficou conhecida como neopentecostal. Contudo, a explicação desse número não está meramente na questão da mídia, mas também está na dinâmica de preparação dos pastores protestantes, cuja formação difere bastante dos métodos adotadas pelo catolicismo. Enquanto a Igreja Católica inteira consegue formar 900 padres por ano, um único instituto protestante de São Paulo consegue formar sozinho 200 pastores no mesmo período. (PEREIRA; LINHARES, 2006).

Mas, não é apenas na quantidade e velocidade que reside à diferença. Denominações protestantes, como a Assembléia de Deus, oferecem até curso de etiqueta e de técnicas de comunicação para televisão. O que revela a preocupação dessas denominações com a formação pastoral, que não é mais apenas teológica e doutrinária: os pastores tiveram que adaptar a linguagem utilizada nos púlpitos e praças às empregadas na grande mídia. Figuras iguais a do bispo RR Soares, da Igreja Internacional da Graça, exemplificam bem o que acontece com os “mensageiros de Deus”. RR Soares tem programa diário na Rede Bandeirante de Televisão, em horário considerado nobre para os padrões de audiência da televisão brasileira. Ele comanda o “Show da Fé”, que tem formato muito parecido com os tradicionais programas de auditório: oportunidade para novos artistas, música, brincadeiras se misturam às pregações (quase sempre de caráter apelativo – chamando a platéia e os telespectadores à conversão). O que o aproxima de outro apresentador de televisão: Raul Gil. Não difícil encontrar semelhanças físicas e

discursivas entre eles. Ambos são homens de meia idade, e trajam sempre terno e gostam de animar a platéia com boas gargalhadas e músicas de fácil assimilação. RR Soares abre o Show da Fé sempre com a mesma música: “Estou seguindo a Jesus Cristo, desse caminho eu não desisto; não volto atrás, não volto não”. Já Raul Gil mantém o mesmo apelo de RR, mas faz isso em nome de algum dos patrocinadores. RR Soares e Raul Gil cantam *jingles* com conteúdo diferentes, mas com o objetivo de manter a platéia animada e fixar a mensagem

Seguindo a mesma linha de atuação de R.R Soares está o bispo Edir Macedo - líder da Igreja Universal do Reino de Deus, que construiu um império, formado por empresas em diversos segmentos, inclusive no de veículos de comunicação.

A igreja de Macedo é proprietária da Rede Record de Televisão, Rede Aleluia de Rádio e Folha Universal. Boa parte do capital conseguido para realização desses investimentos vem de doações. Para despertar a generosidade dos fieis, Macedo e os pastores da Universal fazem apelos com tom desafiador: os fieis devem colaborar como prova de que confiam nas promessas de Deus, que devolverá o valor ofertado e ainda muito mais. Os apelos seguem os sermões, em que o pano de fundo é sempre a luta entre o bem e o mal - travada num plano espiritual, mas que interfere diretamente na vida material. A não realização profissional, problemas de ordem emocional, sexual, crises financeiras e conjugais são atribuídas à ingerência de entidades malignas apelidadas de “encostos”. Além da confiança em Deus, que o fiel demonstra ao fazer uma boa doação, o que anula a ação dessas entidades, segundo a Universal do Reino de Deus; a participação do fiel nas campanhas de oração, correntes, ajuda a livrá-lo das forças do mal. Essas campanhas são transmitidas ao vivo ou gravadas no rádio e na televisão, nas emissoras de propriedade da Universal ou nas em que aluga espaço na grade horária, e visam atender demandas específicas dos fieis. Há corrente do amor, para pessoas com problemas no casamento e namoro; corrente dos empresários, que promete ajudá-los na condução dos negócios, corrente da família, que serve para acabar com os conflitos familiares. Algo curioso é a forma como os apelos e pregações são feitos nessas correntes. A tonalidade de voz dos pastores e líderes da Universal do Reino de Deus imita a do bispo Macedo, criando uma identidade sonora. (SOUZA, 2004).

6.1 O utilitarismo da fé

A especificidade da cada corrente permite a comparação com a segmentação de mercado utilizada na administração e no marketing, no qual produtos e serviços são desenvolvidos para atender necessidades específicas dos consumidores. Tal segmentação dos ritos protestantes é defendida por Souza (2004) como forma de mercadorização da religião.

A própria religião pentecostal recente assimilou o formato de religião-mercadoria. Talvez como nenhuma outra vertente do cristianismo, o pentecostalismo derivou parte considerável do seu processo produtivo de bens espirituais das demandas flutuantes do mercado. (SOUZA, 2004. p. 76)

No lugar daquilo que Souza (2004) chama de ética pentecostal, essa pesquisa adota simplesmente: ética do protestantismo da pós-modernidade/modernismo-tardio; por razões explicadas anteriormente.

Outro ponto abordado diz respeito ao conteúdo das pregações. Diferentes dos antecessores que enfatizavam a “guerra espiritual” - luta contra a ingerência de satanás na vida dos fieis -, os novos pastores adotam um discurso voltado para realizações materiais. O crente tem o direito à salvação e, entre outras coisas, à felicidade, que vem do bom convívio familiar, estabilidade emocional, profissional e econômica; e para conquistar tudo isso, os novos pastores têm receitas objetivas – quase idênticas àquelas de Benjamin Franklin, citadas por Weber. Pelas quais, ensina como se deve obter prestígio social por meio do entendimento do valor da poupança e manutenção do crédito.

[...] Só são virtudes para Frankin na medida em que forem, in concreto, úteis ao indivíduo, e basta o expediente da simples aparência, desde que preste o mesmo serviço: uma coerência efetivamente inescapável para o utilitarismo estrito. (WEBER, 2004, p. 46).

É pouco provável, não ver essa mesma personalidade utilitarista no discurso protestante contemporâneo. À medida que o fiel adota determinada conduta, inspirada no credo religioso ao qual pertence, a fim de conseguir algo, ele instrumentaliza a fé, que deixa de ser essencialmente somente um elo entre ele e a divindade para ser uma ferramenta de realização pessoal. Essa alteração de percepção da fé, desencadeada pelos conteúdos humanísticos das mensagens

protestantes e pelos canais de comunicação de massa por onde se propaga o discurso protestante, coloca o próprio conceito de fé em discussão: se antes era entendida como algo essencialmente espiritual; uma suposta relação entre o homem e o poder sobre-humano no qual ele acreditava, agora cumpre funções bastante específicas, inclusive no campo material. O que a torna ainda mais complexa por causa do ambiente onde se desenvolve e da intenção que a acompanha. Essa abordagem da fé, mais preocupadas com realizações materiais é legitimada pela hermenêutica da teologia da prosperidade, adotada nas denominações protestantes como a Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Internacional da Graça, Sara Nossa Terra, Renascer em Cristo, Deus é Amor e outras.

A teologia da prosperidade constrói o elo entre religião e mercado. Trata-se de uma fé que postula a ascensão social do fiel e o orienta nas disputas por espaço de privilégio. Tal qual o discurso do mercado, ela funda seus argumentos nas amplas possibilidades da livre concorrência, com base na crença de que todos os indivíduos podem ascender socialmente. (SOUZA, 2004, p. 77)

De acordo com Souza (2004), esse modelo de fé que se desenvolveu no protestantismo contemporâneo aproxima-o ainda mais do capitalismo. Numa perspectiva que não torna impossível a metáfora em que o capitalismo e o protestantismo são como vizinhos. O primeiro, agradecido pela ajuda recebida no passado, devolve o favor em ferramentas que ajudam o vizinho na sua expansão.

Existem pelo menos dois exemplos da relação entre ética pentecostal com o mercado espetacular. Primeiramente, a experiência com o grandioso, o contato com o inefável e a posse da grandeza humana, antes de ser veiculada pela propaganda dos produtores de bens materiais, estavam presentes no mundo pentecostal traduzidos sob a experimentação do poder, dos milagres e dos mistérios da graça de Deus, entendidos como intermediários da verdadeira vida. (SOUZA, 2004, p. 75)

Este trabalho colabora com o argumento de Souza (2004), do cujo se afere à idéia de que a tangencia entre capitalismo e protestantismo se dá justamente pelo ponto ético, o que aparentemente é impossível dentro da visão inocente do fiel, mas que Weber (2004) já havia identificado.

O encontro da magia do mercado com a magia pentecostal instaurou, inicialmente, um conflito entre elas; apesar de rivais em função dos interesses que afirmam, de forma subjacente partilham da mesma motivação humana de transcender os limites impostos pela vida material, sendo que uma advoga a transcendência pela vida material e a outra postula a transcendência pela vida espiritual. (SOUZA, 2004, p. 75)

Esse argumento, se não é essencialmente novo, todavia, inova com a percepção de que a fetichização da mercadoria promovida pelo capitalismo, transformando-a em algo desejável pelo consumidor, e que não pode, até certo ponto, ser valorada, não é o motivo pelo qual a estética protestante vem ganhando status de espetáculo. De acordo Sousa (2004), o protestantismo já experimentava esse poder sobrenatural antes mesmo do marketing incorporá-lo como ferramenta.

6.2 O poder e autoridade da mídia de Deus

É mister que haja exaustivas reflexões sobre os impactos provocados na sociedade brasileira depois do “protestantismo de massa”. Qual o significado que assume a figura do pastor protestante ao entrar nas casas via aparelho de televisão ou de rádio? Do site oficial da Fundação Joaquim Nabuco, pode ser aferido indício de como o protestantismo midiático participa na configuração do poder do Estado brasileiro.

De acordo com o site, a participação dos parlamentares protestantes na Câmara dos Deputados depois do pleito de 2002 pulou de 38 para 61 deputados. As denominações com maior representatividade eram a Assembléia de Deus e Universal do Reino de Deus, que juntas somavam 38 deputados. Conforme o site, a denominação mais atuante na política é a Universal do Reino de Deus, que conta com estrutura de financiamento e apoio para sua bancada de deputados. O grupo de deputados que representa os interesses das denominações protestantes é apelidado de “bancada evangélica”. (FUNDAÇÃO..., 2006).

Contudo, se a mídia é capaz de influenciar positivamente, o contrário dessa afirmação também é verdadeiro. A suposta participação de deputados da “bancada evangélica” em escândalos de corrupção, amplamente divulgada pela mídia, reduziu a participação dos deputados protestantes para apenas 15.

6.3 Divinização e origem dos profetas

Seria engano creditar somente à mídia o mérito por fazer do pastorado protestante uma instituição formadora de opinião. Existem outras razões vão além dos canais de comunicação: a própria história do cristianismo contribuiu para esse fato. A tradição religiosa do cristianismo é essencialmente construída sob revelações de uma divindade, que utiliza um canal de comunicação próprio: o profeta – para expressar sua vontade (Demant 2004). Semelhante aos meios de comunicação contemporâneos, o profeta aparece como mídia de Deus.

Ao transmitir a mensagem da divindade, o profeta passa a gozar de parte do “poder divino” contido nela - criando uma “aura” de significados etéreos em torno de si. Ele deixa de ser uma pessoa comum e se torna um representante legítimo da vontade de Deus, que é perfeita. Logo, as decisões do profeta não devem ser questionadas, pois estão em conformidade com a perfeição. Isso se traduz na prática como poder de persuasão.

Essa divinização do profeta, oriunda da tradição cristã, foi incorporada pelo protestantismo. Ela tem legitimado o discurso dos pastores protestantes como profetas junto às “ovelhas” (membros da igreja). Nas denominações, em que o culto é avivado (a liturgia contempla momentos de profecias, interpretações dos dons de línguas estranhas e outras manifestações que são atribuídas à presença do Espírito Santo), a figura do profeta é ainda mais singular. Ele aproveita esses momentos para dar demonstrações práticas do poder divino (unção).

Contudo, enganam-se os que acreditam que apenas os pastores e outras lideranças clericais são considerados profetas. A teologia protestante abre espaço para que essas manifestações sobrenaturais ocorram também entre os leigos, que apesar de não contarem com o reconhecimento formal, exercem liderança a partir do carisma. Há no protestantismo uma democratização do poder divino. Sendo assim, os profetas no protestantismo podem ser: clérigos ou leigos.

Os profetas clérigos exercem algum tipo de atividade formal dentro da denominação, cuja participação é direta nas decisões administrativas. Presidentes, bispos, apóstolos, pastores, obreiros, evangelistas e outros. Já o laicato profético é composto pelos membros e pessoas ligadas informalmente à igreja.

A história do poder carismático dos profetas é bem mais antiga do que a origem do protestantismo e do próprio cristianismo. Ela remonta da tradição judaica, na qual Deus aparece ao patriarca Abraão para selar um pacto definitivo. “Diz-se que o judaísmo é, como posteriormente serão o cristianismo e o islã, uma religião de

revelação: o divino, o transcendente, irrompe espontaneamente no mundo visível e se revela mediante mensageiros especiais, os chamados profetas, pedindo insistentemente o compromisso irrevogável do homem com Deus – em geral por meio de uma mistura de recompensas e castigos, tais como o paraíso e o inferno”. (PETER, 2004, p. 31).

Para Demant (2004), a história de Abraão não apenas explica o surgimento das três religiões e monoteísmo, mas também aponta como característica central: a comunicação entre a divindade e aqueles que ela escolheu para levar suas mensagens. Os profetas são unidades fundamentais no discurso do judaísmo, cristianismo e islamismo.

A 'revolução monoteísta' teve origem em Israel. A Terra de Israel, ou Palestina, estava situada na margem oriental do Mediterrâneo, no cruzamento das vias comerciais e militares que ligavam os dois pólos do Oriente Médio antigo: Egito e Mesopotâmia (o atual Iraque). Devido a isso, a região sofreu invasões freqüentes. A migração do pastor Abraão, da Ur dos caldeus (uma das principais cidades no sul da Mesopotâmia, o que aponta para influências culturais babilônicas sobre os hebreus) para Canaã, fez parte desses movimentos regulares. No entanto, excepcionalmente, Abraão (Ibrahim para os muçumanos) acreditou estar em contato com um deus invisível mais forte e benevolente do que todos os outros. Posteriormente, os seguidores de Abraão, o primeiro dos patriarcas, negaram a própria existência das outras divindades. Nascia, assim, o monoteísmo. (DEMANT, 2004, p. 30, grifo do autor)

Segundo a tradição religiosa do judaísmo, cristianismo e islamismo, Deus ordenou que Abraão deixasse a terra onde morava e fosse com sua esposa e sobrinho para Canaã, e por causa da obediência concederia prosperidade financeira e um filho, já que a esposa de Abraão, Sarai, não podia ter filhos. Contudo, depois de ter recebido o herdeiro que tanto desejava, Deus ordenou-lhe que seu filho fosse oferecido em sacrifício. Abraão não desobedeceu. Ele o preparou para o holocausto, mas na hora de concluí-lo Deus ordenou que não o fizesse, pois já havia recebido a prova de fidelidade que desejava. Depois disso, Deus abençoou Abraão e estabeleceu com ele uma aliança; prometendo-lhe salvação e prosperidade. (SHEINDLIN, 2003)

O poder carismático dos profetas é tão grande nas religiões monoteístas, que alguns deles ocuparam inclusive cargos públicos importantes. É o

caso do profeta Samuel, último dos “juízes” da Confederação israelita. (SHEINDLIN, 2003).

Assim foram os filisteus dominados, e nunca mais voltaram ao território de Israel, porque a mão de Yahweh pesou sobre os filisteus enquanto viveu Samuel. As cidades que os filisteus haviam tomado de Israel foram-lhe restituídas, de Acaron a Gat, e o território destas Israel o libertou das mãos dos filisteus. E houve paz entre Israel e os amorreus. Samuel julgou Israel todos os dias de sua vida. (I SAMUEL, Cap. 7)

Samuel gozava de tanta credibilidade e prestígio junto às tribos que foi quem escolheu os dois primeiros reis da monarquia dos judeus. Saul e Davi. Samuel exercia grande influência nas decisões coletivas por causa da suposta unção profética que recebeu de Deus. Essa unção, pela qual Samuel tornava-se diferente dos outros judeus, significava uma missão especial que Deus havia lhe confiado, e poder especial para cumpri-la. De posse desse poder sobrenatural, Samuel exercia poder carismático entre os judeus. A história de Samuel está presente nas escrituras sagradas dos judeus e também nas dos cristãos.

A história desses dois homens que supostamente se comunicavam com Deus, dá a exata percepção de como o processo de comunicação pode ser uma unidade geradora de poder na religião.

No livro, O Monge e o executivo, de James C. Hunter há uma discussão interessante de como um líder pode alcançar melhores resultados a partir da diferenciação de ações de poder e de autoridade. Hunter recorre ao conceito de Weber para definir poder: como uma faculdade de forçar ou coagir, imposta por força. Já a autoridade é apresentada como a capacidade de conseguir apoio por meio da influência – colaboradores que não necessitam do uso da força, mas por escolha pessoal. “Autoridade: Habilidade de levar as pessoas a fazerem de boa vontade o que você quer por causa de sua influencia pessoal”. (HUNTER, 1998, p. 62). Diante desse argumento, o que se pode deduzir é: a capacidade de formador de opinião intrínseca à condição de profeta e pastor tem origem do poder divino, que pode ser expressa como reprodução desse mesmo poder ou na forma de autoridade.

7 O DISCIPULADO E O MARKETING DE RELACIONAMENTO

De acordo com Keith Phillips (1981), a prática do discipulado talvez tenha nascido ainda na Grécia antiga, quando Platão seguia Sócrates pelas ruas e praças de Atenas, aprendendo os ensinamentos do mestre. Platão não apenas aprendeu com Sócrates, mas deu continuidade à tarefa do mestre fundando a Academia, onde passou a ensinar aos seus alunos Filosofia e Ciência. “Sócrates não escreveu livros. Seus alunos escutavam atentamente cada palavra que ele dizia e observavam tudo o que ele fazia, preparando-se para ensinar a outros”, (PHILLIPS, 1983, p. 15). Essa prática de formar discípulos garantiu que o pensamento socrático tivesse continuidade durante toda história.

O método socrático era tão eficiente que ainda hoje é utilizado. Phillips compara esse método ao utilizado por Jesus de Nazaré para difundir sua mensagem. Jesus escolheu doze homens para os quais ensinava uma nova doutrina baseada nas tradições judaicas. Jesus falava sobre o reino de Deus, onde só poderiam entrar os que se convertessem aos seus ensinamentos. “Jesus usou relacionamento semelhante com os homens que ele treinou a fim de difundir o reino de Deus. Seus discípulos estiveram com ele dia e noite por três anos. Escutavam os seus sermões e memorizavam seus ensinamentos”. (PHILLIPS, 1983 p. 15).

Parte do sucesso que o cristianismo alcançou deve ao método de discipulado adotado por Jesus. A forma pela qual conseguia exercer liderança sobre os discípulos. É o que afirma Hunter (2004), em seu livro *O Monge e o Executivo – Uma história sobre a essência da liderança*. Ele coloca Jesus numa posição de liderança que deve ser imitada por todos que desejam obter sucesso nos empreendimentos. De acordo com Hunter, não houve na história da humanidade alguém que conseguisse influenciar tanto quanto aquele carpinteiro da Judéia. O método de discipulado que visava conseguir a cooperação voluntária dos discípulos funcionou perfeitamente. Ele incentivou seus discípulos a buscarem novos discípulos, que, por sua vez, trouxeram outros, e assim por diante. Um dos mais famosos, quiçá o mais importante para o cristianismo, foi Paulo de Tarso, um judeu que se converteu ao cristianismo. Ele, em suas viagens, disseminava os ensinamentos de Jesus nas cidades mais importantes de sua época, fazendo do cristianismo uma religião com mais seguidores do que o próprio judaísmo.

O pregador de repente exclamou: - acabo de ter uma pequena revelação e preciso falar. Se bem me lembro, Jesus simplesmente disse que para liderar você precisa servir. Acho que você poderia chamar isso de liderança a serviço. Lembre-se, Jesus não usava o estilo de poder simplesmente porque não tinha poder. O rei Herodes, Pôncio Pilatos, os romanos, toda aquela gente tinha poder. Mas Jesus possuía muita influência, o que Simeão chama de autoridade, e é capaz de influenciar pessoas até os dias de hoje. (HUNTER, 2004, p. 61).

O trecho acima faz parte de um dos vários diálogos encontrados no romance de Hunter (2004), que conta a história de um grupo de pessoas, narrada pelo personagem John – um executivo com problemas de relacionamento na família e no trabalho. Lá, ele e outros são discipulados por um monge (Simeão), cujo passado foi de um executivo de sucesso. Durante a rápida experiência, o grupo aprende como exercer liderança a partir da autoridade e não do poder.

Das histórias de Sócrates e de Jesus, afere-se o fato de que os alunos conviviam permanentemente com seus mestres. O conhecimento não era transmitido apenas por exposições teóricas, mas pela observação do aluno das práticas do mestre; o ambiente não obedecia às formalidades acadêmicas de hoje; mestre e aluno se relacionavam de maneira bem mais complexa. Qualquer lugar servia para realização do aprendizado. Considerando esses pontos, a definição de discipulado é de aprendizado contínuo.

7.1 Discipulado hollywoodiano

O discipulado também está presente nas telas de Hollywood, que explora bem o arquétipo do mestre e do discípulo em seus roteiros. A trilogia de Guerra nas Estrelas talvez seja o mais famoso exemplo de discipulado no cinema. Para vencer as forças do mal - personificadas nas figuras do Imperador Palpatine e Dart Veider, o mestre Yoda recruta o jovem Luke Skywalker para receber treinamento num planeta distante, longe da interferência dos seus algozes. Luke aprende os segredos e técnicas de combate dos Jides - uma ordem de cavaleiros que misturava misticismo e artes-marciais. Skywalker, entre outras coisas, aprende levantar uma nave espacial com o poder da mente. Depois do treinamento intensivo, Skywalker destrói a fortaleza espacial do Imperador, mostrando o triunfo do bem sobre o mal.

7.2 Discipulado no protestantismo brasileiro

Contudo, o discipulado faz sucesso além do cinema; é o que revela a matéria publicada pela revista Eclésia, cujo conteúdo traz as experiências de discipulado nas igrejas protestantes brasileiras. A matéria mostra que o modelo de discipulado de Jesus de Nazaré é empregado por várias denominações; e o resultado tem sido bastante positivo. De acordo com Eclésia, a motivação para utilização desse método de ensino encontra razão no desejo das igrejas de melhorarem as relações interpessoais.

A idéia, que o discipulado ajuda a consolidar de maneira positiva as relações entre os integrantes da igreja, encontra razão na própria dinâmica do discipulado. Ele acontece em reuniões geralmente no meio da semana na casa de um membro, ou na de um líder da igreja, num ambiente informal, diferente daquele exigido nos templos, onde a reverência à divindade impõe certas formalidades. Os encontros podem acontecer também numa casa, lanchonete ou até no shopping. Outro ponto importante, neste caso, é o número de participantes dessas reuniões, que, via de regra, é sempre menor do que aquele dos cultos tradicionais. Neste contexto informalidade e proximidade, o que se vê é uma troca de informações. (STEFANO; SANTOS, 2004).

Essa interatividade contrasta com o formato dos cultos tradicionais, cuja liturgia dá voz apenas aos sacerdotes, dirigentes e possíveis convidados. Nesse tipo de celebração, a congregação quase sempre participa passivamente, ouvindo a mensagem e respondendo aos estímulos propostos.

O ingresso de novos membros também faz parte dos objetivos do discipulado, afirma a reportagem. As igrejas aproveitam as reuniões de discipulados para alcançar pessoas que tenham alguma resistência aos cultos tradicionais. Dessa forma, os participantes do discipulado são orientados a convidar visitantes, que recebem atenção especial na reunião. Eclésia aponta como exemplo a Primeira Igreja Batista de Vitória – Espírito Santo, cujo número de membros teve um aumento de mais 1,5 mil em cinco anos. De olho nesse crescimento, algumas igrejas segmentam os grupos de discipulado conforme a área de interesse. Há grupos para jovens, adultos, casais, novos convertidos, líderes, empresários, estudantes e outros. Todos apoiados por material didático preparado conforme o perfil do grupo.

Na mesma reportagem, Eclésia fala da Igreja do Nazareno em Campinas – São Paulo, que utilizou a estratégia de segmentação do grupo de discipulado para manter os jovens atraídos por outros trabalhos realizados pela Igreja. O projeto recebeu o nome de Vila Jovem. Nele, os jovens discutem temas relacionados com namoro, vida acadêmica, profissional e etc. Segundo a matéria, o número de participantes foi crescendo, e hoje se reúnem cerca de 50 jovens em cada encontro. (STEFANO; SANTOS, 2004).

7.3 O discipulado wesleyano

Conforme já mencionado neste trabalho, o fundador do metodismo, John Wesley, inovou quando resolveu levar a mensagem do Evangelho além das portas dos templos anglicanos. Wesley também pode ser considerado um dos precursores do método de discipulado dentro do protestantismo, pois quando esteve na Universidade de Oxford, junto com seu irmão, Carlos Wesley, organizou um grupo de jovens, que se reunia para práticas religiosas. Esse grupo, conforme Leivère, Mateo (1997), nunca alcançou um número superior a quinze membros, e dele saíram nomes importantes como: Jorge Whitefield, Benjamim Ingham e Santiago Hervey. “Quando voltou a Oxford, uniu-se com seu irmão e seus amigos, e, tendo mais idade e experiência do que eles, tornou-se o líder daquela pequena sociedade”. (LEIÈVRE, 1997, p. 42). Esse grupo foi apelidado pelos outros alunos de “o clube dos santos”, e seus membros de “metodistas”, por causa da metodologia e cumprimento regular dos deveres religiosos.

Leivère (1997) considera a figura de Wesley emblemática, por causa da liderança que exercia sobre os outros membros. Ele destaca como virtudes de Wesley: a organização, intelectualidade desenvolvida e maturidade.

Devido à sua influência, os jovens metodistas de Oxford, estando na aurora da autêntica piedade, dedicavam uma grande parte do tempo à prática das boas obras, visitavam famílias pobres, organizando cultos nos cárceres, patrocinando escolas primárias e distribuindo aos necessitados tudo quanto conseguissem tirar dos seus escassos proventos. (LEIÈVRE, 1997, p. 43).

O que o autor também destaca são as práticas de piedade e misericórdia de Wesley - exemplos para seus discípulos. Ele limitava seus gastos

pessoais em 700 dólares ao ano. Mesmo quando sua renda alcançou três mil dólares, ele se recusou a gastar mais, e manteve suas despesas pessoais no mesmo patamar. O restante, ele aplicava em obras de caridade. Neste contexto de busca espiritual por meio de práticas ascéticas, Wesley lança os fundamentos para o que é hoje o modelo de discipulado dos metodistas no Brasil. (LEIÈVRE, 1997).

7.4 O discipulado metodista no Distrito Federal

O projeto de discipulado metodista, em Brasília, pode ser dividido em: grupos de crescimento ou grupos wesleyanos e escola dominical. Os Grupos de crescimento ou grupos Wesleyanos seguem modelo muito semelhante aos desenvolvidos em outras denominações. Os membros se reúnem quase sempre na casa de um membro, no meio de semana, para leitura da Bíblia, ensinamento das doutrinas metodistas, oração e cantar hinos. Também como em outras igrejas, os grupos metodistas servem para promover a interação dos membros e promover o acesso de novos. Esses grupos são liderados por membros escolhidos pela liderança da Igreja, e ficam sob supervisão do pastor.

As reuniões começam com um tema, proposto por aquele que irá dirigir a reunião naquele dia. Alguns grupos adotam sistema de rodízio para direção da reunião, outros preferem deixar a cargo dos líderes. Depois de proposto o tema, o grupo canta hinos de adoração e louvor a Jesus de Nazaré, que para os metodistas é a encarnação do Filho da divindade, Javé. Jesus é o messias (o Cristo); o que veio para salvar a humanidade do pecado por meio da sua morte e ressurreição. Ao terminar, o que os cristãos metodistas chamam de momento de louvor, é lido um trecho da Bíblia para que seja feito um paralelo com o tema apresentado no início da reunião. Lido o texto, há uma breve explicação, feita pelo dirigente antes de colocar o tema em debate. Concluída essa parte, dá-se início ao momento de oração, no qual cada membro expõe um pedido que gostaria que fosse atendido. Ao final da reunião, os membros se confraternizam. Esse é um modelo clássico de reunião de discipulado. Mas, existem outros dentro do próprio metodismo, que envolvem música, teatro, filme, dança e outros. Esses são mais comuns nos grupos de jovens e adolescentes.

A Escola Dominical é realizada nas dependências das igrejas metodistas. Ela segue o modelo das escolas tradicionais, com turmas divididas conforme a idade dos membros. Assim, existem classes de adultos, jovens, juvenis. Há também, em algumas igrejas, classes separadas por assunto: novos convertidos, preparação para o batismo e casamento, evangelistas, liderança e alhures. Nesse tipo de classe, as aulas são dadas por voluntários que demonstram alguma aptidão à prática de ensino. Os alunos respondem presença e são estimulados a participar das discussões. De acordo com a Superintendência Regional da 5ª Região Administrativa da Igreja Metodista, da qual faz parte a Igreja Metodista do Distrito Federal, atualmente, existem cerca de 3.266 metodistas no Distrito Federal, distribuídos em 25 igrejas. Contudo, o número dos envolvidos com projeto de discipulado não ultrapassa 1.872 membros.

Depois de analisar os casos pesquisados, a definição mais adequada para o discipulado aplicado dentro do protestantismo brasileiro é: processo de aprendizagem acompanhada das doutrinas e práticas cristãs, pelo qual se espera alcançar objetivos individual e coletivo.

7.5 O discipulado e o marketing de relacionamento

Tornam-se nítidos os pontos de convergência entre os objetivos do discipulado do protestantismo brasileiro e discipulado metodista do Distrito Federal com aqueles defendidos pelo conceito de marketing, após a análise de todos os casos apresentados neste trabalho. De acordo com a própria definição de marketing, conquistar e manter clientes são práticas essenciais para as empresas, que devem estabelecer relações lucrativas com esses clientes. (KOTLER, 1999).

De acordo com os exemplos apresentados anteriormente, o discipulado se apresenta como método de aprendizagem cuja função não tem sido somente ensinar, mas promover a interação entre os membros e liderança da igreja, e que isso tem apresentado resultados positivos na conquista e manutenção dos membros. O que de certa forma, desconsiderando o fato de que o discipulado não tem como objetivo final o lucro, coloca-o lado a lado com a idéia do marketing de relacionamento utilizado pelas empresas.

CONCLUSÃO

Depois das pesquisas feitas, em busca de evidências, que sustentassem a hipóteses levantadas por este trabalho; de que as novas tecnologias da comunicação e do marketing exercem influência sobre o protestantismo brasileiro, e que as diferenças doutrinárias percebidas nas denominações protestantes não são potencialmente capazes de estabelecer cisão entre elas, as conclusões possíveis são estas:

A introdução dos meios de comunicação de massa tem dado grande contribuição para o desenvolvimento do protestantismo brasileiro. Basta observar que, as denominações, que investiram mais recursos nesse tipo de canal de comunicação para ampliar o alcance do evangelismo, conseguiram números mais expressivos em relação a conquista novos membros do que aquelas que não optaram por essa estratégia, conforme senso, já citado, do IBGE. O que mostra como a televisão, o rádio e outros meios de comunicação de massa potencializam os apelos feitos pelos pastores multimídias à conversão dos brasileiros. Dessa forma, a primeira influência direta dos meios de comunicação no protestantismo é o aumento dos adeptos ao protestantismo brasileiro na última década.

Os meios de comunicação de massa também provocaram uma mudança na linguagem dos pastores protestantes, que adaptaram a forma do discurso à realidade da televisão e do rádio. Técnicas de programas de auditório, personalização do timbre de voz dos pastores, cursos específicos para treinamentos dos pregadores multimídia são exemplos que foram abordados.

Quanto à influência do marketing, ela também é visível nas práticas de evangelização protestante e nos cultos. Mas, vale a ressalva de que não há, ao menos no caso do discipulado, uma apropriação dessa prática pelo protestantismo brasileiro, pois, de acordo com evidências históricas, apresentadas neste trabalho, ela já existia bem antes do surgimento do marketing. O que se pode aferir, então, das semelhanças existentes entre o marketing de relacionamento e os discipulados é: uma interação dos discursos por meio dos objetivos comuns - conquista e manutenção de membros ou clientes.

A especificação das mensagens dos cultos atende perfeitamente a orientação do marketing, que trata da segmentação mercado e escolha do público

alvo, cujo objetivo é permitir que a empresa possa atender demandas específicas de certos grupos de consumidores, posicionando-a de forma competitiva junto à concorrência. Neste contexto de segmentação dos cultos, há deslocamento das intenções, que anteriormente eram expressas numa liturgia organizada para o culto à divindade. Agora, o objetivo, desses cultos específicos, é à busca de soluções para os problemas do cotidiano. Assim, nestes cultos, a fé deixa de ser fim último a ser conquistado, para ser meio de conquista de outros objetivos.

O caráter de indivisibilidade protestante emerge depois de analisar os argumentos teológicos e éticos apresentados. Não há outra forma de protestantismo que anule completamente os fundamentos da Reforma Protestante, e assim a sua ética e relação com o capitalismo. O que há são apenas vernizes que escondem o velho protestantismo.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Edriano. Disponível em:<www.saberhistória.hpg.ig.com.br>. Acesso em: 18 set. 2006.
- BARBOSA, José Carlos. **Negro não entra na igreja**: espia da banda de fora. Protestantismo e escravidão no Brasil Império. Piracicaba: Editora UNIMEP, 2002.
- DEMANT, Peter. **O mundo mulçumano**. São Paulo: Contexto, 2004.
- DISCIPULADO. **Revista Eclésia**, ano 9, n. 98, fev. 2004.
- FUNDAÇÃO Joaquim Nabuco. Disponível em:<www.Fundaj.gov.br/noticia>. Acesso em: 13 ago. 2006.
- GIDDENS, A. **The consequences of modernit**. Cambridge: Polity Press, 1990.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro, 1999.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 9. ed. São Paulo: Loyola, 1992.
- HUNTER, James C. **O monge e o executivo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.
- KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: futura, 1999.
- LELIÈVRE, Mateo. **João Wesley, sua obra e vida**. São Paulo: Vida, 1997.
- PEREIRA, Camila; LINHARES, Juliana. Os novos pastores. **Revista Veja**, São Paulo, n. 1964, 12 jul. 2006.
- PHILLIPS, Keith. **A formação de um discípulo**. São Paulo: Vida, 1983.
- SHEINDLIN, Raymond P. **História Ilustrada do povo judeu**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.
- SOUZA, Alexandre Carne. **Pentecostalismo**: de onde vem, para onde vai?; um desafio às leituras contemporâneas da religiosidade brasileira. Viçosa: Ultimato, 2004.
- STEFANO, Marcelo; SANTOS, Marcelo. **Revista Eclésia**. São Paulo, v. 9, n. 98, fev. 2004.
- WEBER, Marx. **A ética protestante e o “espírito do capitalismo”**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.