

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA E TEOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM CIÊNCIAS DA
RELIGIÃO MESTRADO EM CIÊNCIAS DA RELIGIÃO

GUILHERME BURJACK DE CARVALHO

**VENCEDORES E VENDEDORES: O USO DO MARKETING MULTINÍVEL
COMO ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO DE UMA IGREJA NEOPENTECOSTAL
GOIANA**

GOIÂNIA

2014

GUILHERME BURJACK

**VENCEDORES E VENDEDORES: O USO DO MARKETING MULTINÍVEL
COMO ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO DE UMA IGREJA NEOPENTECOSTAL
GOIANA**

Dissertação apresentada em cumprimento às exigências do Curso de Mestrado do Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Ciências da Religião da Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

Orientador Dr. Alberto da Silva Moreira

GOIÂNIA

2014

CIP - DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

C3311v Carvalho, Guilherme Burjack de.

Vencedores e vendedores: o uso do marketing multinível como estratégia de expansão de uma igreja neopentecostal goiana / Guilherme Burjack de Carvalho. – 2014.

92 f. ; il.

Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Departamento de Filosofia e Teologia, 2014.

“Orientador: Dr. Alberto da Silva Moreira”.

1. Igreja – Marketing. 2. Igreja – Publicidade. 3. Igreja Videira. 4. Igreja Videira – Marketing – Estudo de caso. 5. Marketing multinível aplicado em igreja. 6. Igreja neopentecostal – Marketing e publicidade. I. Título. II. Subtítulo. III. Moreira, Alberto da Silva, orient.

CDU: 2:658.8

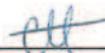
Ficha catalográfica elaborada por:
Dannilo Ribeiro Garcês Bueno
Bibliotecário
CRB-1: 2162

DISSERTAÇÃO DO MESTRADO EM CIÊNCIAS DA RELIGIÃO DEFENDIDA
EM 20 DE FEVEREIRO DE 2014 E APROVADA PELA BANCA
EXAMINADORA

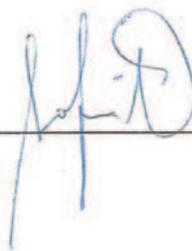
1) Dr. Alberto da Silva Moreira / PUC Goiás (Presidente)



2) Dra. Carolina Teles Lemos / PUC Goiás (Membro)



3) Dr. Flávio Munhoz Sofiati / UFG (Membro)



Á Ana Paula, querida esposa e amiga, aos meus filhos Ana Luísa, Ana Laura, Luís Guilherme e Paulo Henrique e ao Pastor Oscar Bonifácio, amigo, tutor que com palavras de encorajamento me trouxeram até aqui e que ainda me fortalecem para a jornada que segue.

AGRADECIMENTOS

Ao nosso Deus, que é a nossa fonte de inspiração e força.
Ao meu orientador Professor Dr. Alberto, que com sua forma humana e sincera,
pode extrair de mim aquilo que nem eu mesmo sabia que tinha.
Aos professores do PPGCR, que me ensinaram como funciona o formigueiro
chamado religião respeitando o fato de eu ser uma 'formiga' deste formigueiro, em
especial à professora Dra. Carolina, que se tornou um modelo de mestre.
Aos colegas de curso com especial carinho ao Robson Veras e a Carolina Bezerra
amigos das horas certas nos momentos incertos.
A CAPES pelo financiamento do meu mestrado.

RESUMO

BURJACK, G. *Vencedores e vendedores: o uso do marketing multinível como estratégia de expansão de uma igreja neopentecostal goiana* (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás: Goiânia, 2014.

A pesquisa vencedores e vendedores: o uso do marketing multinível como estratégia de expansão de uma igreja neopentecostal goiana tem por finalidade debater as estratégias de marketing multinível utilizadas pela Videira Igreja em Células para estabelecer no concorrido mercado religioso. O texto foi elaborado a partir da teoria do mercado religioso, sendo possível então perceber como as teias que o mercado tece podem ser encontradas no discurso doutrinário da Igreja Videira. A importância da análise do discurso doutrinário que apropria os conceitos de mercado, se dá pela possibilidade de compreender que o campo religioso neopentecostal consegue estabelecer, apropriar, resignificar novas práticas discursivas na finalidade de atender as suas ambições. Para a realização desta pesquisa tomou-se como base os escritos da Videira Igreja em Células e a comparação a partir da pesquisa de Monteiro (2011) sobre uma empresa de marketing multinível. Dessa forma a pesquisa se estrutura em três capítulos. O primeiro capítulo aborda os pressupostos históricos da Videira Igreja em Células; o segundo capítulo A teologia da Videira igreja em Células e por fim o terceiro capítulo, abordará a Igreja Videira e o uso do marketing multinível.

Palavras-chave: Igreja Videira. Células. Mercado Religioso. Marketing Multinível. Religião.

ABSTRACT

BURJACK. G. Winners and sellers: the use of multilevel marketing as a strategy of expansion of a neo-pentecostal goiana church. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás: Goiânia, 2014.

The Winners and sellers: the use of multilevel marketing as a strategy of expansion of a neo-pentecostal goiana aims to discuss strategies of multilevel marketing techniques Vine Church in cells to establish in the competitive religious market . The text was drawn from the theory of religious market , and you can then see how the market weaves webs that can be found in the doctrinal discourse of Vine Church . The importance of analyzing the doctrinal discourse that appropriates the concepts of market, it gives the possibility to understand the Pentecostal religious field can establish ownership , reframe new discursive practices in order to meet their ambitions . For this research we took as a basis the writings of Vine Church in comparison to cells and from the research of Miller (2011) over a multilevel marketing company . Thus the research is divided into three chapters . The first chapter discusses the historical premises of the Vine Church in cells , the second chapter of Theology Vine Church in cells and finally the third chapter will address the Vine Church and the use of multilevel marketing .

Keywords: Vine Church. Cells. Religious market. Multilevel Marketing. Religion.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	11
1	PRESSUPOSTOS HISTÓRICOS DA VIDEIRA IGREJA EM CÉLULAS	13
1.1	DEFININDO A CLIENTELA.....	13
1.2	OS PRESSUPOSTOS HISTÓRICOS E TEÓRICOS DA IGREJA EM CÉLULAS	17
1.3	COMO A IGREJA VIDEIRA ORGANIZOU SEU PRÓPRIO MODELO DE CÉLULAS.....	27
1.4	COMO A IGREJA VIDEIRA TRANSFORMOU O SEU MODELO ORGANIZACIONAL EM DOGMA DOUTRINÁRIO.....	35
1.5	COMO A IGREJA VIDEIRA MANTÉM A AMBIÇÃO DE MULTIPLICAÇÃO DAS CÉLULAS.....	39
2	A TEOLOGIA DA VIDEIRA IGREJA EM CÉLULAS	42
2.1	A TEOLOGIA DO VENCEDOR	44
2.1.1	O galardão.....	46
2.1.2	As bases teológicas da doutrina do galardão	47
2.1.3	O perfil do crente vencedor	50
2.2	A TEOLOGIA DA AUTORIDADE ESPIRITUAL	51
2.2.1	O discurso da autoridade espiritual como forma de dominação	52
2.2.2	A apropriação simbólica da autoridade espiritual	54
2.3	A TEOLOGIA DA UNÇÃO DO MÉTODO	58
2.3.1	O método como revelação divina	60
3	A IGREJA VIDEIRA E O USO DO MARKETING MULTINÍVEL	63
3.1	O MERCADO RELIGIOSO	64
3.2	O MARKETING MULTINÍVEL	73
3.3	O MARKETING MULTINÍVEL OBSERVADO DE UM ESTUDO DE CASO	76
3.4	A IGREJA VIDEIRA E AS SEMELHANÇAS COM O MARKETING MULTINÍVEL.....	78
3.4.1	A semelhança na abordagem, treinamento, envio de novos membros...	80
3.4.2	A semelhança no uso de estratégias e ações internas que visam envolver emocionalmente seus empreendedores.....	82

3.4.3	A semelhança na estrutura hierárquica	86
3.4.5	A semelhança da ressignificação do lucro e do sucesso	87
	CONCLUSÃO	89
	REFERÊNCIAS	92

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa se propõe a analisar as práticas discursivas como as estratégias pastorais e doutrinárias da Igreja Videira Igreja em Células e o uso que a mesma faz do marketing multinível como instrumento para seu crescimento numérico.

Por isso, é possível a percepção, no espaço religioso evangélico, discursos e práticas em tom triunfalista quando relacionados à conversão e conservação de novos fiéis. É diante de questões relacionadas ao cosmos da Igreja Evangélica que este trabalho apresenta levantamento histórico de sua forma de concepção religiosa a partir do século XIX.

Assim, por meio dessa análise sócio histórica é possível a percepção de uma identidade totalitária em algumas Igrejas. Para esta temática, especificamente, é possível que haja na Igreja Videira certo discurso proselitista, uma vez que este é fonte de onipresença.

O proselitismo que a Videira, supostamente, faz está amparado pela construção e sistematização de um tripé teológico, que se mostra no Galardão, na Unção do Método e na Autoridade Espiritual. Requer nota que os elementos do tripé teológico servem de base para a sustentação do modelo de igreja em células.

Acerca do Galardão, por assim dizer a teologia do Vencedor, contém o ensino da promessa escatológica do galardeamento, que viria a ser uma possível participação no reinado de Cristo no Milênio. O Galardão está condicionado à captação, consolidação, treinamento e envio de novos membros através da multiplicação dos grupos pequenos; ação que tem seu auge pelo menos uma vez ao ano.

Agrega-se a este tripé teológico também o discurso da Unção do Método que é o mecanismo encontrado para assegurar a padronização das ações de cada pequeno grupo, e, finalmente, tem-se a teologia da Autoridade Espiritual que estabelece a relação que os membros tem uns com os outros e como se dá a relação na cadeia hierárquica da Igreja Videira .

Para esta pesquisa a teoria do Mercado Religioso no Brasil de Lemuel Guerra (2003) que tem a suas raízes na *Rational Choice* desenvolvidas por STARK e IANNACCONE, servirá como articuladora e referencial para compreender como o mercado empresta os seus conteúdos a religião e esta assume, a partir de uma nova

cosmovisão, uma nova abordagem onde formula-se novas práticas e discursos, afim de firmar-se num contexto de competição por novos fieis. Apesar das inúmeras criticas formuladas a respeito desta teoria, entende-se, como afirmou Mariano (2008, p. 61), que “a vertente pentecostal compõe objeto de pesquisa que se encaixa como uma luva nesta perspectiva teórica”.

A partir da metade do século XX as igrejas em células passam a ser estudadas e sistematizadas e passam a ser implantadas em diversas partes do mundo. Cabe citar dois recortes importantes, ou seja, dois casos de sucesso, a Assembleia de Deus na Coreia do Sul e a Missão Carismática Internacional na Colômbia. A sua importância pode ser notada pelo seu crescimento em números de membros e por seu processo de internacionalização, até porque passam a ser o modelo desenvolvido no Brasil ao qual a igreja Videira desenvolve.

Assim, a pesquisa se ocupa a demonstrar que dentro da lógica do mercado religioso é possível, quiçá, que uma igreja possa vir a utilizar-se de meios já consolidados no mercado como o marketing multinível.

Para isso, podemos supor que o pentecostalismo vem ao longo dos anos inspirando autores a pesquisa-los nas suas mais diversas facetas. Por ser ainda uma expressão religiosa ainda nova e em constante mutação se faz necessário ainda investigar o alcance das suas atividades na sociedade como um todo.

No que concerne especificamente este trabalho, a Igreja Videira é uma igreja que foi fundada com aproximadamente 200 pessoas, pelos pastores Aluizio Silva e Marcelo Almeida no final da década de 1980 no bairro Jardim América, na cidade de Goiânia, GO, após a ruptura não amigável com o Ministério Luz para os Povos. Ancorada numa estratégia pragmática para alcançar o maior número de membros, a Igreja Videira alcançou nos seus primeiros anos de fundação um número surpreendente de novos adeptos.

Diferente das suas congêneres pentecostais, a Igreja Videira se apresenta de forma burocrática. A sua estrutura e funcionamento estão descritos em livros e manuais escritos pelo pastor Aluizio, que é uma figura emblemática do movimento e nele é possível a análise do líder carismático e da autoridade legal ao qual Weber Trata (1982).

Uma característica da Igreja Videira é a sua farta documentação publicada. A igreja possui uma editora e um departamento de comunicação que gerencia todas as suas ações em mídia, tanto na direção da sua rádio como na produção de

material educacional que ela distribui aos seus franqueados no Brasil e no mundo via canal de satélite.

Por assim dizer, o empenho em pesquisar a Igreja Videira ocorre por sua nítida expansão. O seu crescimento ocorreu de forma contínua desde sua fundação e já ocupa todo o território nacional e outros países. Esse crescimento se tornou para o seguimento evangélico um paradigma, e, como bem frisou Mariano, o sucesso de uma igreja neopentecostal é validada pela sua presença em mídias, no poder político e em outras áreas (MARIANO, 2010). O que leva a outras igrejas, até mesmo as tradicionais e as pentecostais históricas, a reproduzirem sem reflexão as novas práticas e crenças que levaram ao sucesso de crescimento.

A pesquisa renunciou o levantamento de campo por entender que a revisão da farta literatura e áudios disponíveis ao público seriam necessários para um levantamento substancial das estratégias e meios que a Igreja Videira estabelece para satisfazer suas metas de crescimento. Está claro que esta pesquisa não esgota o tema, e nem tão pouco consegue abarcar totalmente todas as nuances dos dados que a Igreja Videira como expressão religiosa suscita.

Construiu-se esta pesquisa em três capítulos distribuídos para melhor compreender o tema proposto. Assim, o primeiro capítulo trata da história do movimento de igrejas em células e como a Igreja Videira apropriou e adaptou o seu próprio modelo de igreja em células. O segundo capítulo propõe-se abordar o tripé teológico que serve de sustentação do modelo de igrejas em células que a Igreja Videira utiliza. E por fim o terceiro capítulo demonstra o que é mercado religioso, marketing multinível e as semelhanças da Igreja Videira com uma empresa de marketing multinível pesquisada por Monteiro (2011).

1 PRESSUPOSTOS HISTÓRICOS DA VIDEIRA IGREJA EM CÉLULAS

1.1 DEFININDO A CLIENTELA

As discussões que definem o campo religioso pentecostal, com a sua vertente neopentecostal já estão bem solidificadas por (CAMPOS, 1999) e (MARIANO, 2010) entre outros. Conforme tratam (NOBRE, 2003) e (RODRIGUES, 2007) o neopentecostalismo surge em Goiás, no final dos anos 90 do século XX, com suas particularidades e a ênfase no crescimento numérico. Entre as igrejas neopentecostais destaca-se a Videira Igreja em Células que será focada ao longo deste capítulo e do terceiro.

Na perspectiva protestante, e de forma mais específica, o protestantismo norte americano, a América Latina era o grande desafio missionário a ser enfrentado no século XIX (CAVALCANTI, 2001), o Brasil estava tendo a atenção da comunidade cristã americana como “campo atraente de trabalho missionário” (RIBEIRO, 1981, p. 17) . De início, a colportagem era o meio de evangelização e sobrevivência dos missionários, o ensino da língua inglesa e a publicação de jornais. A evangelização tornou-se mais agressiva com os pentecostais e, por fim com os neopentecostais o uso da criatividade “usam-se trios elétricos, técnicas publicitárias de marketing, filmes em vídeo, videogames” (MARIANO, 2010, p. 228). Dentro desta liberdade criativa, a Videira Igreja em Células decidiu que a melhor estratégia para alcançar o maior número de pessoas seria através das células. Por isso declara em seu slogan:

[...] nosso encargo é edificar uma igreja de vencedores onde cada membro é um ministro e cada casa uma extensão da Igreja, conquistando, assim, a nossa geração através de células que se multiplicam uma vez ao ano¹.

A frase “conquistando a nossa geração através de células que se multiplicam uma vez ao ano” apresenta o objetivo central da igreja: evangelizar e converter o maior número possível de pessoas. O uso de metas e a estratégia das células, entre outras, são muito parecidas com as que são utilizadas por empresas de vendas e

¹<http://www.igrejavideira.com/#> acesso em 25.12.2013

que serão tratadas adiante nesta pesquisa. Por ora, é importante apresentar alguns conceitos que permeiam a cultura do proselitismo que não está presente só na Igreja Videira.

O primeiro elemento deste painel, e de extrema importância, é compreender a determinação explícita dos fieis, em obedecer ao mandado bíblico de “evangelizar todas as nações” (Mateus 28.19,20). Neste texto, encontra-se parte da declaração de Jesus Cristo aos discípulos, antes de ser assunto aos céus. Ele faz parte de uma coletânea de textos bíblicos que identificam os cristãos e a sua incumbência de evangelizar, batizar e ensinar a todas as etnias a respeito de Cristo.

Essa missão é levada muito a sério pelos membros das igrejas cristãs de cunho protestante no Brasil. Em parte, explica-se pela herança recebida dos missionários estrangeiros que chegaram ao país, em sua grande maioria ainda no século XIX. O movimento missionário que ditou o modelo, a forma e a teologia protestante espelhou-se na influência de Willian Carey², considerado entre os protestantes, o *pai das missões* modernas. Ele estabeleceu a fundamentação teológica³ de missões em uma época em que poucas igrejas protestantes acreditavam que outros povos deveriam ouvir do evangelho.

É paradoxal que aproximadamente 86,8% da população brasileira⁴ tenha declarado ser cristã e, deste percentual, aproximadamente 64% declare ser católica, e, ainda, ser considerada por alguns cristãos como uma nação pagã. É preciso que se entenda este fato: a não inclusão dos católicos entre os “irmãos de fé” pelos protestantes possui suas raízes históricas na herança oriunda das igrejas-mães que tinham suas sedes nos Estados Unidos. Segundo Léonard (2002 p. 119):

Na realidade o anticatolicismo agressivo destas igrejas era ainda uma herança do *antipopery* dos não conformistas britânicos, acrescido do caráter defensivo tímido de que se revestem todas as ideologias nos

² Willian Carey era filho de Edmund e Elizabeth Carey, que eram tecelões no comércio na vila de Paulerspury em Northamptonshire, Inglaterra. No ano de 1775, foi atingido pelo avivamento trazido pelas mensagens de John Wesley e George Whitefield enquanto gerenciava a sua sapataria. Em 1787, sendo consagrado ao ofício de pastor começou a pregar sobre a necessidade missionária no mundo, e não só na Inglaterra. Havia uma forte resistência por parte da igreja para atender ao apelo missionário, por isso um grupo de doze pastores batistas, reunidos na casa da senhora Wallis, formaram a Sociedade Missionária Batista, no dia 2 de Outubro de 1792. Então Carey tornou-se o primeiro missionário desta organização embarcando para a Índia, onde foi missionário até a sua morte em 9 de Junho de 1834. <http://www.wmcarey.edu/carey/> acesso em 24.12.2013.

³ Em 1792, Carey publicou oitenta e sete páginas do manuscrito, popularmente conhecido como o "Inquérito". Carey apresenta a questão de saber se o ensinamento de Jesus registrada em Mateus 28:18-20 permanece como uma obrigação para os cristãos depois dos apóstolos.

⁴ <http://censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?view=noticia&id=3&idnoticia=2170&busca=1&t=censo-2010-numero-catolicos-cai-aumenta-evangelicos-espiritas-sem-religiao> acesso em 24.12.2013

Estados Unidos [...] Este fato se observa especialmente na prática, a mais irritante, para o modo de ver católico, igualmente escandaliza os protestantes europeus, de rebatizar os prosélitos vindo da Igreja Romana.

O teólogo Charles Hodge⁵ defende que a doutrina protestante do batismo não inicia o recipiente em qualquer igreja particular (ou local), mas na igreja Universal. Ninguém é levado a ser Presbiteriano, Batista, Anglicano ou Metodista pelo batismo, entretanto, segundo ele, “depois do batismo é que eles se unem a qualquer corporação que lhes apraz” (LÉONARD, 2002 apud, FERRAZ, 1915, p. 119). O rebatismo de católicos não estava previsto na Reforma. Ela exigia apenas a abjuração dos erros, e somente dos erros da Igreja Romana⁶.

Desde a conferência de 1910 realizada em Edimburgo⁷ na Escócia, tenta-se articular, com todas as correntes do Cristianismo, em direção ao evangelismo ou cristianização do mundo. Fato contestado pela conferência de missões realizada no Panamá, em 1916, onde reuniram as igrejas que tinham missionários em países da América Latina que confirmaram a presença do catolicismo romano de forma maciça, portanto, era necessário criar um inimigo que justificasse a manutenção deles em terras latino-americanas. Rubens Alves sentencia que essa ação era para:

[...] definir o Catolicismo como paganismo mascarado. [...] O que está em jogo, em última análise, é a própria identidade protestante e o sentido da missão da Igreja. Se os católicos são considerados irmãos, que nos resta, como clientela possível para nossos bens salvíficos?

Esta observação de Rubem Alves define bem o caráter triunfalista tão presente nos empreendimentos missionários protestantes. Talvez isso explique o que está no imaginário evangélico neopentecostal: a cidade transformando-se em

⁵Charles Hodge (1797-1878): um dos teólogos mais influentes dos Estados Unidos; mais de três mil estudantes passaram por suas classes de teologia em Princeton (inclusive Ashbel G. Simonton e muitos missionários que vieram para o Brasil). Sua Teologia Sistemática (1871), que sintetizava a Teologia de Princeton, foi um dos compêndios mais amplamente utilizados na educação teológica americana. <http://www.mackenzie.br/7068.html> acesso em 24.12.2013

⁶Calvino afirma: “o erro do donatista pode muito bem ser manifesto com isto, que o sacramento só pode ter virtude e eficácia pela dignidade do ministro. Assim também pensam os anabatistas que negam que sejamos batizados porque nos havíamos batizado gente ímpia e idólatra do reino do Papa.” Institución de la religión Cristiana, 5ª ed. Inalterada 1999 – II tomos, Tomo II, livro IV, XV, p. 1037 (tradução nossa).

⁷No século 19 foram criadas várias organizações cooperativas interdenominacionais, tais como a Associação Cristã de Moços (1844), a Aliança Evangélica (1846) e a Federação Mundial de Estudantes Cristãos (1895). Todavia, o evento que contribuiu de modo mais direto para o surgimento do movimento ecumênico foi a Conferência Missionária Mundial, realizada em Edimburgo, na Escócia, em 1910. Reuniu missionários, líderes de agências e outros obreiros cristãos de países da Europa e da América do Norte. Quase todos eram homens brancos, a representação da Ásia e da África era mínima e não havia nenhum latino-americano. Essa conferência levou em 1921 à criação do Concílio Missionário Internacional. <http://www.mackenzie.br/6986.html> acesso em 24.12.2013

um tipo de Jerusalém moderna e a igreja aliciando seus soldados como os novos cruzados.

Desconsiderar o catolicismo como religião cristã é abrir uma oportunidade de empreendimento. É possível que ao crente não esteja claro a questão do catolicismo, mas nas esferas mais altas do clero protestante é possível perceber que o que está em jogo, na verdade, é o proselitismo religioso como escolha racional. Nesse proselitismo a instrumentalidade utiliza os *meios* para obter os *fins*, e isso de forma calculada (WEBER, 1987), pois o que realmente importa é torna-se forte, grande e respeitado: um verdadeiro “vencedor”. Esta racionalidade está presente na Igreja Videira: mais do que uma obediência irrestrita às palavras de Jesus Cristo em Mateus 28.19,20, o que está em jogo é converter o maior número possível de pessoas, adequá-las ao convívio de uma célula da igreja, capacitá-las e enviá-las para trazer ainda mais pessoas.

A seguir trataremos como o modelo de igreja em células desenvolveu-se historicamente e como a Videira Igreja em Células se apropriou deste modelo, modificou-o, ampliou-o e o está difundindo através da sua literatura.

1.2 OS PRESSUPOSTOS HISTÓRICOS E TEÓRICOS DA IGREJA EM CÉLULAS⁸

Igreja em células são ajuntamentos de fiéis, cuja estruturação interna está toda baseada em pequenos grupos, ou núcleos, de até no máximo 15 pessoas. A princípio, tais células não tem um local determinado como “templo”. Nelas mesmas seriam realizadas as atividades eclesiais, e o centro da liturgia substituiria, em parte, o que ocorre semanalmente no culto coletivo (COMISKEY, 2002, p. 17).

O caminho teórico formulado a respeito da multiplicação de igrejas em células partiu, inicialmente, das pesquisas feitas por Peter Wagner⁹ e Donald McGravan¹⁰.

⁸ As células são formadas por um pequeno grupo de pessoas que se reúnem para realizar um culto religioso. A característica é que estes encontros se dão prioritariamente fora do templo.

⁹ Charles Peter Wagner (1930-) é um teólogo estadunidense, nascido de uma família anglicana. Foi ele que criou o termo "Terceira Onda" para se referir às igrejas neopentecostais. Durante os anos de 1956 até 1971, ele e sua esposa, Doris foram missionários na Bolívia. Após isso, ele se tornou professor de Crescimento da Igreja no Seminário Teológico Fuller, influenciado por Donald McGravan <https://www.skoob.com.br/autor/3060#biografia> acesso em 19.12.2013.

Eles elaboraram uma pesquisa para identificar que causas levam uma igreja crescer e o que pode ser reproduzível, que princípios operatórios em igrejas em crescimento podem ser usados em outros lugares? A partir das respostas a essas questões, McGavran escreveu *Compreendendo o crescimento da Igreja*, que é considerado pelos evangélicos entusiastas do tema como o grande *best-seller* do gênero. Peter Wagner desenvolveu outros títulos a respeito, entretanto todos embasados na ideia inicial de McGavran.

Dentre os casos mais conhecidos de crescimento exponencial de membros de uma igreja pentecostal local, menciona-se o a Igreja Assembleia de Deus do pastor David Yonggi Cho, nos anos de 1950 em Seul, na Coreia do Sul (COMISKEY, 2002). Ele tornou-se uma figura emblemática para o movimento de igrejas em células. A igreja que ele fundou na década de 50, em parceria com sua sogra, em um distrito chamado Yoido, na cidade de Seul, se tornou a maior igreja evangélica do mundo, com mais de um milhão de membros segundo as estimativas de seu próprio website¹¹.

Segundo o pastor Yonggi Cho, sua *Igreja do Evangelho Pleno de Yoido* começou com cinco membros, debaixo de uma pequena tenda e ao lado do cemitério no distrito de Yoido, Seul. Ela foi tomando forma e relevância a partir do rumor de que naquela comunidade havia a manifestação de milagres e exorcismos. Cresceu ao ponto de ser maior o número dos seus frequentadores do que o de moradores do bairro onde ela estava instalada. O culto inaugural aconteceu no dia 18 de maio de 1958, em uma noite chuvosa segundo o próprio Cho (2008, p. 15). A ideia de ter a igreja nos lares surge para o pastor Cho no período em que ele convalescia de uma enfermidade que o deixou de cama por quase dois anos. Segundo Cho, em suas orações, ele encontrou uma maneira de coordenar a igreja que fundara sem que houvesse prejuízo para sua saúde e para o pleno desenvolvimento dos membros que se agregavam. A conclusão a que ele chegou foi que a igreja poderia ser administrada pelos leigos, em todos os cultos que fossem realizados. No seu relato, Cho diz que recebeu uma revelação divina segundo a

¹⁰Donald McGavran nasceu 15 de dezembro de 1897, em Domah, Índia e tornou-se um missionário de terceira geração. [...] Através da influência do Movimento Voluntário Student, McGavran retornou à Índia como missionário da Organização das Nações Sociedade Missionária Cristã (o ramo missões dos Discípulos de Cristo) em 1923. Em 10 de julho de 1990, Donald McGavran morreu aos 93 anos de câncer. Dois de seus livros mais influentes são as *Pontes de Deus* e *Crescimento Entendimento Igreja*. McGavran é conhecido como o "pai" do movimento Crescimento da Igreja moderna. Fonte: <http://www.thetravelingteam.org/donaldmccavran> acesso em 24.12.2013

¹¹<http://english.fgtv.com/>

qual, os novos cristãos conseguiriam superar as dificuldades da fé reunindo-se nas casas (CHO, 2008, p. 69).

A igreja que o pastor Cho fundou conta, segundo suas fontes, com aproximadamente um milhão de membros,¹² e é exatamente pelo seu tamanho numérico que ela chama tanto a atenção. Por se tratar de um modelo bem sucedido de crescimento, outros desejaram imitá-lo. Nessa busca por decifrar o modelo de sucesso do pastor Cho, pesquisadores protestantes como Wagner (1995) e McGavran, (2001) elaboraram uma metodologia para que o modelo pudesse ser reproduzido em larga escala.

Este modelo obedece a uma elaboração pragmática, como normalmente se vê nas práticas mercadológicas. Para Wagner, a perspectiva pragmática é tão importante que o local onde vai se abrir uma nova igreja deve ser nas proximidades de outras igrejas que estão colhendo resultados significativos.

Ele aponta quatro pontos que devem compor a metodologia da pesquisa para escolher o melhor lugar para se estabelecer as bases de uma nova igreja: 1) identificar áreas geográficas onde as igrejas estejam crescendo; 2) descobrir quais grupos religiosos já estão estabelecidos; 3) descobrir em que grupos étnicos os resultados estão sendo mais satisfatórios; 4) descobrir se ainda há possíveis membros para se conseguir (WAGNER, 1995, p. 85).

Uma abordagem relativamente improdutiva é olhar para um grupo de pessoas no meio dos quais as igrejas estão crescendo e decidir que, visto que eles já possuem igrejas cristãs, já estão recebendo o devido cuidado. Isto será verdade em algumas ocasiões. Você poderá encontrar alguns grupos entre os quais o número de igrejas combinado com o ímpeto de grande crescimento das mesmas o levará a concluir, de modo correto, que elas, com toda probabilidade, são capazes de colher todos os frutos que houver por lá. Mas tal caso será exceção (WAGNER, 1995, p. 85-86).

Para Wagner, a ideia de saturação de empreendimentos evangélicos é algo positivo para o reino, pois, segundo a sua análise, pode-se concluir que os “frutos” não serão colhidos por uma só igreja; ela seria incapaz disso a não ser em casos excepcionais. Portanto, para Wagner, abrir a concorrência entre as igrejas é na verdade agir de acordo com os pensamentos do reino de Deus.

Essa análise é bem similar à estratégia de implantação de um novo negócio: é necessário ter um plano de ação bem definido, onde se sabe, antecipadamente,

¹²<http://www.economist.com/node/10015239> acesso em 07/11

por meio de pesquisas de mercado, quais são os potenciais clientes e que tipo de produto terá melhor aceitabilidade. Segundo Afrânio (2007), algumas perguntas devem ser respondidas a fim de mapear o ambiente no qual se deseja implantar um negócio ou ponto de vendas: 1) identificar as características gerais dos clientes; 2) identificar os interesses e comportamentos desses clientes; 3) identificar o que leva essas pessoas a comprar o(s) produto(s).

Segundo Berger (1985), num mundo de pluralismo religioso a livre concorrência e a lógica do mercado se impõem também no campo religioso, e que este deveria adaptar-se rapidamente para que a sua clientela não fuja para outras paragens (BERGER, 1985):

[...] a tradição religiosa, que antigamente podia ser imposta pela autoridade, agora tem que ser colocada no mercado. Ela tem que ser “vendida” para uma clientela que não está mais obrigada a “comprar”. A situação pluralista é, acima de tudo, uma situação de mercado. Nela, as instituições religiosas tornam-se agências de mercado e as tradições religiosas tornam-se comodidades de consumo. E, de qualquer forma, grande parte da atividade religiosa nessa situação vem a ser dominada pela lógica da economia de mercado.

O gráfico abaixo apresenta de forma esquemática a argumentação de Berger. É possível, a partir de sua argumentação crer que as organizações religiosas podem ser analisadas pelo prisma do mercado. Não apenas como uma metáfora, mas como factual, onde o mercado competitivo é capaz de fazer com que as organizações religiosas apoderem para si e readéquem as suas estruturas socioreligiosas e os seus conteúdos religiosos por conta da demanda das preferências de seus clientes.

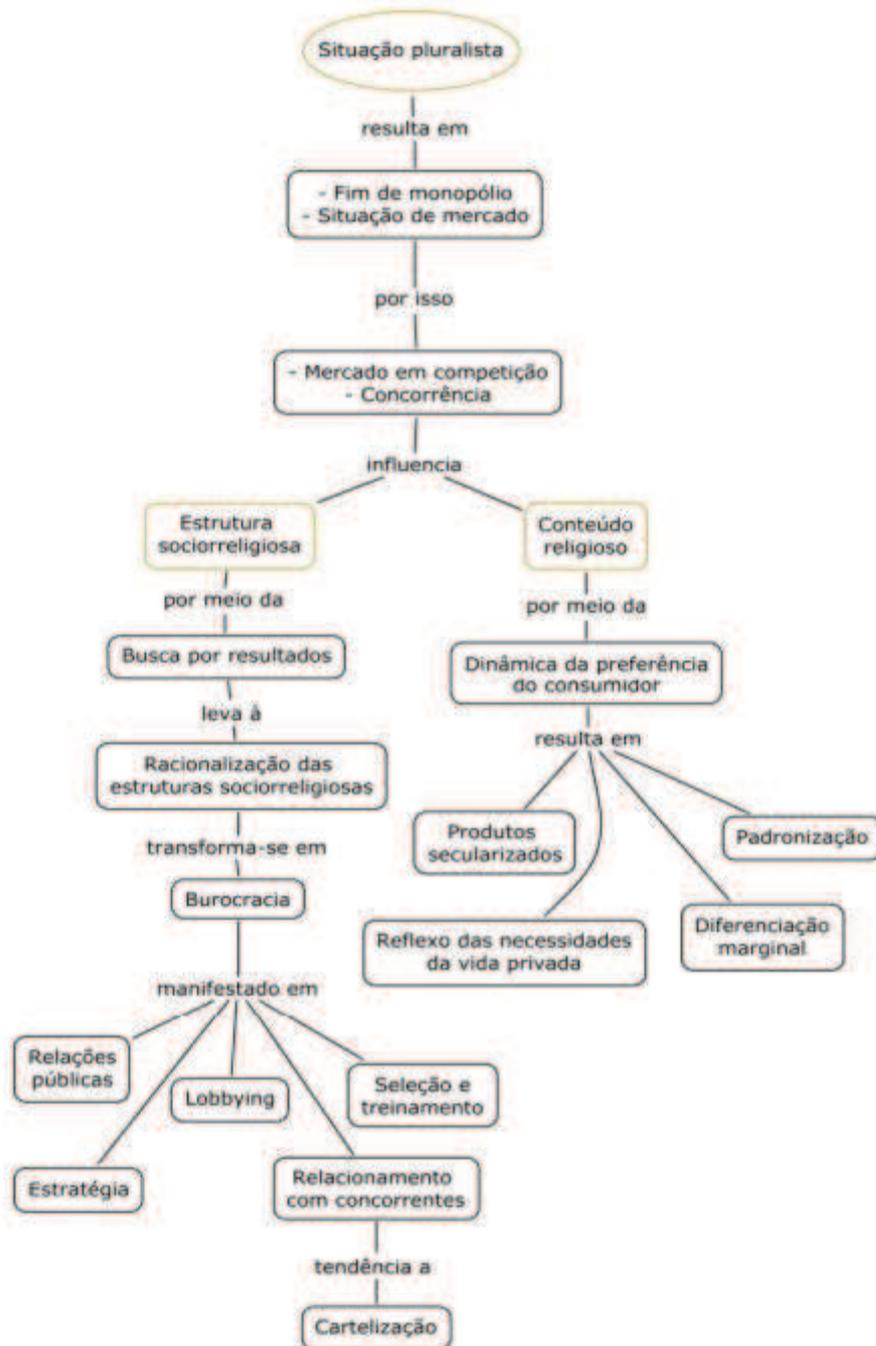


Gráfico do postulado de Berger (1985) sobre o mercado religioso fonte: SERAFIM (2008)

Na busca por adaptar o modelo coreano de crescimento à realidade do seu país, o pastor colombiano Cesar Castellanos¹³, fundador da igreja Missão

¹³César Castellanos Dominguez é um pastor colombiano, presidente da igreja conhecida como Missão Carismática Internacional. Iniciada em Março de 1983 em 1999.

Carismática Internacional (MCI), sistematizou e difundiu o modelo de Cho, agora com o nome de G-12¹⁴. O G-12 tornou-se a base de inspiração para a Igreja Videira.

Durante os seus primeiros sete anos de ministério, o pastor Castellanos tratou de desenvolver a Visão Celular, tomando como modelo a igreja de David Yonggi Cho, mas ele verificou que o seu crescimento em células era muito lento. Segundo a entrevista concedida à revista Videira (VIDEIRA, 1999, p. 06), César Castellanos afirma que depois de ler todos os livros produzidos pelo pastor Cho, recebeu uma revelação de Deus, mostrando-lhe que o modelo ideal de célula não era aquele aplicado por Cho e, sim, um novo que Deus lhe havia concedido naquele momento: o modelo dos 12 (doze).

A estrutura da igreja em grupos de doze (G12) consiste em separar, para cada líder, um número exato de doze pessoas que se reúnem em casas até que se dividam em outras células, cada uma com o número de doze participantes (VIDEIRA, 1999, p. 07). A ideia do número doze faz referência aos doze apóstolos que Jesus escolheu em seu ministério terreno. Segundo Castellanos Domingues,

Nesses anos alcançamos em média setenta células, tendo só trinta por cento dos membros comprometidos nelas. Não conhecíamos o trabalho com grupos homogêneos e o fruto que víamos não era o desejado. Isso me levou a procurar o Senhor em oração. Mas nesta ocasião não me dirigi a procurar por Seus milagres, nem ao Seu poder para liberar, ou às curas que fazia, mas sim busquei a Sua revelação para as equipes de doze que Ele formou (DOMINGUES, 1999).

O processo se inicia a partir do apelo às pessoas para que se convertam à fé cristã e comecem a frequentar uma célula. Na sequência, acontece o que é chamado de consolidação, ou seja, a aproximação do novo convertido à sua nova fé. Logo em seguida, ele é convidado a participar de um retiro espiritual chamado de Encontro, onde é confrontado a sua vida anterior a sua conversão e o que se espera dele a partir da escolha pela nova fé. Após esse processo, a nova ovelha é levada para a capacitação, que funciona como uma escola para formação de líderes leigos. A partir daí ele pode dirigir uma nova célula (VIDEIRA, 1999, p. 07).

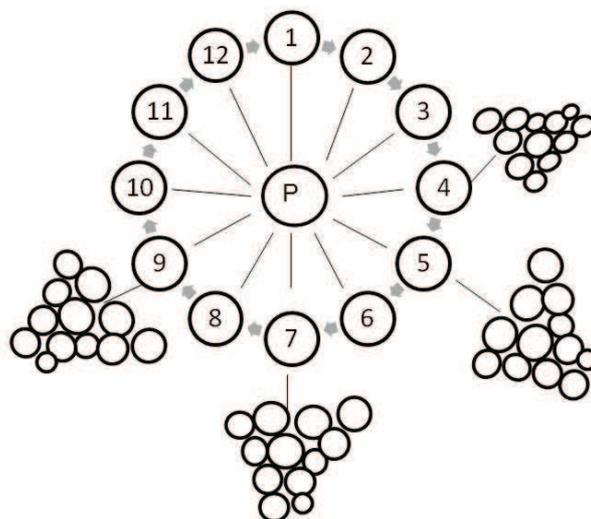
¹⁴ G12 – o grupo dos doze consiste em uma associação de 12 pessoas em torno do líder (VIDEIRA, 1989).

Como o enfoque do G-12 está embasado na ideia da multiplicação de fiéis, não é de estranhar que o pastor Castellanos tenha buscado modelos complementares que promovessem um ajuste à ideia original de Cho:

Cheguei à conclusão, depois de conhecer outros ministérios em distintos países, de que o melhor método para que uma igreja cresça é através das células, ou das reuniões no lar. Assim deixamos de lado todos os programas que tiravam a maior parte de nosso tempo sem dar maiores resultados, estabelecendo em toda sua extensão somente um: "o programa celular (DOMINGUES, 1999).

A proposta de célula pensada por Castellanos tem como princípio a multiplicação de membros na base da igreja. Outros motivos apareçam explicitamente, como a aproximação dos fiéis junto ao pastoreio, a participação dos membros nas atividades e no uso dos seus carismas (dons), o não nivelamento clerical (qualquer um pode tornar-se o líder da célula, desde os mais simples até os com formação teológica completa), e o fortalecimento da igreja. Contudo, o mote principal ainda é a multiplicação do número de membros da igreja. Para o pastor Castellanos, o modelo dos doze é o único caminho para o êxito. O único modelo "dado dos céus" é o G12 para vencer a concorrência, e, conseqüentemente, aumentar o número de membros da sua igreja (DOMINGUES, 1999).

A figura abaixo (figura 1) demonstra com propriedade o esquema montado pelo pastor Cesar Castellanos como o modelo do G12. Nele, cada líder possui doze discípulos fixos; estes, por conseguinte, possuem os seus outros doze discípulos e assim por diante.



Castellanos afirma que os desafios para o crescimento numérico devem ser vencidos a partir da clareza do que foi revelado e das ideias firmadas no coração. A medida do crescimento da igreja está estabelecida pela capacidade do seu líder. O foco está em quem tem a visão, e tudo começa com os seus primeiros doze discípulos (DOMINGUES, 1999).

O movimento de igrejas em células G12 chegou ao Brasil por intermédio do pastor René Terra Nova¹⁵, fundador e pastor do Ministério Internacional da Restauração, com sede em Manaus. Segundo o pastor René, o seu envolvimento com o G12 começou a partir da visita que ele fez à sede da igreja presidida pelo pastor César Castellanos em Bogotá, Colômbia (VIDEIRA, 1999, p. 06).

Segundo a declaração que consta no *website* da igreja, lê-se a seguinte descrição da história do MIR:

A Restauração, em sua fase embrionária, foi gerada dentro de uma Igreja Tradicional, a Igreja Batista Memorial de Manaus. Muitas pessoas ouviam falar do que estava acontecendo na Igreja e vinham para ver. Tal fato começou a revolucionar os meios evangélicos e a Igreja foi crescendo assustadoramente. As multidões aceitavam Jesus como Senhor das suas vidas; havia toda sorte de gente: os que queriam aprender, os que desejavam ser curados, os que buscavam libertação... Mas, em meio a tantas pessoas, estavam também os escribas, os fariseus, os saduceus (<http://www.mir12.com.br/br/2013/mir/historia>).

Foi a partir dos resultados na igreja dirigida pelo pastor René Terra Nova em Manaus que outras igrejas optaram pelo modelo de igreja em células. Entre elas estava a Igreja Ministério Luz para os Povos, fundada e dirigida pelo Apóstolo Sinomar Fernandes, com atuação em Goiânia. Na época Fernandes tinha como discípulo e líder dos grupos familiares (ou células), justamente o pastor Aluízio Silva, que depois se tornará a figura-chave na Igreja Videira.

A Videira Igreja em Células nasceu, portanto, da separação de uma célula da Igreja Ministério Luz para os Povos que se tornou autônoma. Tratava-se de um grupo de membros que freqüentava a reunião familiar do Jardim América, região sudoeste de Goiânia, Goiás, liderada por Aluízio Antônio Silva, casado com Márcia

¹⁵ Terra Nova graduou-se em Teologia pelo Seminário Teológico Batista do Norte do Brasil (STBNB) em 1987. Em 28 de junho de 1987, foi ordenado pastor na Primeira Igreja Batista em Boa Viagem/PE. Em 1990 foi para Manaus pastorear a Igreja Batista Memorial de Manaus. Algum tempo depois saiu dessa igreja e fundou a Primeira Igreja Batista da Restauração de Manaus (PIBREM), o Ministério Internacional da Restauração (MIR). René é um dos responsáveis por trazer César Castellanos ao Brasil e o principal divulgador do Governo dos Doze. Por vários anos ele foi um dos 12 de Castellanos (<http://www.reneterranova.com.br/?pg=biografia>)

Ribeiro e pastor desde a idade de 23 anos. Pouco se sabe sobre a formação do Pastor Aluizio. Sabe-se que este não possui formação superior em teologia e que executou várias profissões como vendedor, assistente comercial entre outras atividades voltadas ao comércio. Uma das características é a maneira discreta com que trata dos seus assuntos pessoais e do seu passado.

O pastor Aluizio destaca-se pelo seu carisma, Começou a desenvolver ainda como pastor membro da Igreja Ministério Luz para os Povos, o modelo que alguns anos depois colocaria em prática na igreja que iria fundar com o Pastor Marcelo Almeida¹⁶. Silva e Almeida eram líderes de células e responsáveis pela publicação do material de divulgação da igreja Luz para os Povos. A saída deles não foi vista com bons olhos pela liderança da igreja onde atuavam. Eles foram insistentemente convidados a reconsiderar sua decisão, sob pena de serem amaldiçoados, mas não abriram mão da intenção de fundar uma nova igreja. A situação embaraçosa causada pelo rompimento entre os líderes da Luz Para os Povos e os da Igreja Videira perdurou até o ano de 2009, quando publicamente Aluizio Silva pediu desculpas a Sinomar Fernandes pela maneira truculenta pela qual ele rompera com o ministério que o lançou ao pastorado. Nobre relata mais detalhes desse rompimento:

[...] a igreja [Ministério Luz para os Povos] vinha se desenvolvendo principalmente através de dezenas de grupos familiares. A liderança divergiu, pois com o tempo, 'recebeu uma influência do clericalismo que impedia o pleno desenvolvimento e crescimento do Corpo de Cristo'. Em março de 1997, o pastor Aluizio tomado de uma nova visão de ministério, se reuniu pela primeira vez com cerca de cinquenta irmãos na varanda da residência de um deles. Eram irmãos e líderes que algum tempo se encontravam semanalmente em oito grupos familiares. (NOBRE, 2003, p. 57)

A separação da Luz para os Povos concedeu ao pastor Aluizio a liberdade que ele tanto almejava para estabelecer o modelo colombiano de igreja em células. Segundo o pastor, o motivo que o levou a sair e fundar o seu próprio ministério foi a não adaptação ao modelo implantado na Igreja Luz para os Povos onde ele trabalhava como coordenador. O fato é que o que se fazia ali não correspondia às suas expectativas e visão. Ele declara que:

¹⁶Marcelo Oliveira de Almeida, nascido em 12 de dezembro de 1963, é pastor desde agosto de 1988. Converteu-se em 1976, aos 12 anos. É mestrado em Teologia pelo Wagner Leadership Institute de Colorado Springs, Califórnia, EUA, e também doutor em Ministério pela Vision University.

[...] o problema é que havia uma grande insatisfação no meu coração porque éramos uma igreja com departamento de células e não uma igreja inteiramente em células. Naquela igreja, chegamos a ter cerca de duzentas células, mas nenhum dos outros pastores estava envolvido e isto me frustrou (VIDEIRA, 2000, p. 05).

Uma das razões apontadas pelo pastor Alúzio para a sua saída, juntamente com o pastor Marcelo Almeida e outros membros, foi a importância que eles viam no modelo de igreja em células. Este modelo representa, segundo os seus fundadores, o projeto da igreja cristã nas suas origens, conforme se lê no editorial do segundo número da revista Videira: “As células representam um retorno à estrutura eclesiológica de Atos – uma restauração dos odres que vão conter o poderoso derramar do Espírito Santo que está por vir.” (VIDEIRA, AGOSTO, 1999, p. 04).

O processo de rompimento do pastor Alúzio e seus seguidores do Ministério Luz para os Povos foi definido por Weber como sendo uma ação peculiar ao profeta, esse agente que, segundo Weber, possui o carisma “puramente pessoal, o qual, em virtude de sua missão, anuncia uma doutrina religiosa ou um mandato divino” (WEBER, 1999). A não aceitação de um modelo de hierarquia, como afirma o pastor Alúzio, é um motivo pouco razoável, levando-se em conta que num mercado religioso onde existe uma concorrência muito forte, agir rapidamente para não perder a oportunidade de estabelecer o seu próprio empreendimento parece ser o mais óbvio, o momento para o rompimento foi quando já estava consolidado o grupo que lhe garantiria sobreviver os primeiros meses de forma autônoma.

O primeiro local de reunião da Igreja Videira foi num galpão de porte médio na avenida C-024 no Jardim América, região sudoeste da capital goiana, local de onde originava os grupos familiares gerenciados pelo Pastor Alúzio.

A seguir, é importante entender as características do modelo próprio que a Videira desenvolveu e de como aparecem aí à estrutura burocratizada e a autoridade carismática, que serão abordadas no 2º. Capítulo do trabalho.

1.3 COMO A IGREJA VIDEIRA ORGANIZOU SEU PRÓPRIO MODELO

Os líderes da Videira Igreja em Células acreditam que esse método (em células) é o modelo definitivo para o crescimento da igreja evangélica em todo o mundo. A Igreja Videira para seus líderes se afirmar no contexto religioso goianiense como o movimento “*chuva serôdia*”¹⁷ responsável, segundo afirmam seus fundadores, por trazer “para a igreja a restauração da adoração e do louvor espontâneo e participativo, com muita alegria, palmas e danças”. (ALMEIDA, 1999, p. 09). No Brasil, este movimento foi responsável pelo surgimento das comunidades que afetariam de uma forma muito incisiva a “hinologia nacional, os seminários, a liturgia das igrejas e o estilo pesado e formal dos pastores” (ALMEIDA, 1999, p 09).

Todo o movimento tocou em coisas extremamente legítimas e trouxe de volta uma imensa riqueza para a igreja. Entretanto, este movimento desembocou em milhares de pequenas igrejas inexpressivas, em gente desencantada e cética, e trouxe alguns retrocessos, como a acomodação e a negação de algumas verdades antes proclamadas e experimentadas. Muita gente perdeu a identidade neste processo. Infelizmente o vinho novo não encontrou o odre adequado (ALMEIDA, 1999, p. 09)

Tal *chuva serôdia* contém, na verdade, a história do movimento pentecostal no Brasil desde a década de 1950, segundo Ricardo Mariano (2010). Este movimento de pentecostalização começou a influenciar as igrejas de linha tradicional que se tornaram renovadas, como é o caso das igrejas Batistas da Convenção Batista Brasileira que na década de 1960 dividiu-se também em Convenção Batista Nacional que abriga atualmente as Igrejas Batistas de recorte pentecostal

A herança desses acontecimentos, narrados pelo pastor Marcelo Almeida, forma, segundo ele, a identidade desse novo povo de Deus espalhado por toda a Terra. Ele afirma que esta identidade é uma “salada de conceitos teológicos”, pois:

¹⁷Serôdio [Do lat. serotinu, por via popular.] Adjetivo. 1. Que vem tarde, fora do tempo; tardio: 2. Diz-se de fruto ou flor que aparece no fim da estação própria; extemporâneo, serotino, serôtino: Floração serôdia. 3. Antiquado, ultrapassado: ideias serôdias. FERREIRA, Aurélio B. de H. *Novo dicionário da língua portuguesa*. São Paulo: Nova Fronteira, 1986.

[...] somos muito agostinianos, um pouco calvinistas, arminianos, luteranos e wesleyanos. Temos muito dos pentecostais, carismáticos e do ensino da fé. Faz parte da nossa herança a ênfase na profundidade e integridade da palavra de Deus do irmão Nee. Fomos contagiados por uma paixão pela glória de Deus (ALMEIDA, 1999, p. 09).

Assim, entre os modelos de igreja em célula existentes, a Igreja Videira adaptou o seu próprio. Seus fundadores, no que eles chamam de “paradigmas e propósitos”, delineiam o novo padrão de igreja evangélica. O pastor Marcelo Almeida afirma:

Estamos entrando em novos paradigmas na vida da Igreja. Velhos padrões estão sendo questionados e checados à luz da Palavra de Deus. Um dos paradigmas que se tem estabelecido é a tensão entre o conhecimento e a vida. A maioria de nossas igrejas tornou-se algo parecido com uma escola e tem a ilusão de que conhecer sobre algo é tê-lo na experiência. Muitos pensam que estão crescendo espiritualmente apenas porque aprenderam algo novo na igreja, confundindo crescimento intelectual com crescimento espiritual [...] A grande questão é qual deles nos permite concretizar plenamente o projeto de Deus e, portanto, ser mais gratificante para cada um de nós? [...] Creio que a resposta é os grupos familiares, ou as células (VIDEIRA, 1999, p. 11).

A recorrente tentativa de suprimir qualquer elo histórico com o passado tem muito a ver com o movimento do restauracionismo¹⁸ da Igreja Videira. Percebe-se nela uma necessidade constante de romper com qualquer vínculo histórico ou com as influências de outros grupos na história da expansão do cristianismo no ocidente, como forma de afirmar seu perfil próprio. Ao mesmo tempo admite que é o resultado de uma “salada teológica”.

A afirmação da assistência direta de Deus para o método da igreja em células, como definitiva e padrão para as demais, denota, além da falta de interesse no diálogo com outras expressões religiosas, uma busca pelo inédito, revelador, profético e único. Este comportamento é caracterizado por Weber como uma atividade do profeta, que é, segundo suas palavras “o portador de um carisma puramente pessoal, o qual, em virtude de sua missão, anuncia uma doutrina religiosa ou um mandado divino” (WEBER, 1999). Havendo por parte de Deus um projeto único para o crescimento da igreja, qual seria este método e em vista de qual objetivo?

¹⁸Restauracionismo é a postura histórico-teológica presente em denominações cristãs que acreditam que o cristianismo histórico apostatou em algum ponto de sua existência, sendo necessário restaurar o cristianismo primitivo da era apostólica.

A ambição de conseguir o maior número de membros para a própria igreja está escondida na cortina de fumaça do discurso: Deus deseja mudar as relações conflituosas do mundo que geram dor, fome, angústia, abortos, guerras, mas Ele só começará a agir, quando houver um número satisfatório de novos convertidos à fé cristã. Nas palavras de McGavran, “os membros da igreja não buscam o crescimento da igreja como forma de melhorar a sociedade, mas em obediência a Deus, porque ele se agrada disto. Fazer a igreja crescer é ser fiel a Deus” (2001, p. 47).

Está claro que o motivo mais imediato, senão o verdadeiro, é criar mecanismos ágeis e eficientes que levem a igreja a ter o maior número possível de fiéis. Esse crescimento numérico a posiciona à frente de seus concorrentes e lhe dá mais força e poder nas negociações com as outras esferas de poder. Como se trata no terceiro capítulo, esta é uma característica do mercado religioso, no qual o lucro é o número de fiéis agregados à denominação. O pragmatismo em arrebanhar mais membros é revestido na célula com uma roupagem espiritualizada: trata-se de devolver a Deus o desejo de que a igreja seja grande, poderosa e forte. Porém, há um trabalho de convencimento a fazer, uma tarefa difícil a realizar; por isso o uso da pergunta bíblica: quem “irá por nós?” (Isaias 6.8). Aqui entra o engajamento do fiel que seguirá à risca as metas e as estratégias que foram definidas para alcançá-las.

Para justificar teologicamente tal estratégia contra possíveis acusações, Wagner pergunta de forma retórica: “as ideias de crescimento da igreja são incompatíveis com o que cremos a respeito da soberania de Deus? Será que se aderirmos aos princípios de crescimento da igreja iremos colocar de lado a dependência na obra do Espírito Santo?” (WAGNER, 1995, p. 17). A forma quase natural com que o discurso doutrinário do projeto proselitista de Wagner e da Videira assume a lógica do mercado, demonstra a racionalidade com que a Videira trata do assunto sobre crescimento. A ação orientada de forma racional possui, em si, um ajustamento dos meios e dos fins; sendo também considerada uma ação racional, ela não possui elementos mágicos, tudo se torna parte de uma equação conhecida e fácil de manipular (WEBER, 1987). Por isso a Igreja Videira considera seu crescimento numérico como algo racional e “divinamente” planejado:

Se todo o nosso crescimento vem apenas porque assumimos uma nova estrutura de organização, então, o que tenho que o mundo não tenha? O mundo possui estratégias de marketing, qualidade total, gerenciamento participativo e muitas outras coisas semelhantes às que possuímos e praticamos. Não podemos confiar na estrutura. Ela não é apenas uma roupa nova (VIDEIRA, Agosto, 1999, p. 33).

Assim, apesar das constantes tentativas de qualificar o método das células como algo vindo de Deus, revelado pelo sobrenatural e, sobretudo novo, a Videira não consegue esconder que as células, da forma como elas trabalham, são o resultado de experiências narradas e descritas por outros setores da sociedade, especialmente pelo mercado e pelo marketing, e que ela apenas reelaborou o modelo de acordo com as suas necessidades.

Para melhor se compreender como a Videira adaptou e estruturou seu modelo de igreja em células, propõe-se uma reflexão: pensar o campo religioso, mesmo que não de forma exclusiva, a partir de algumas categorias econômicas, tais como o mercado, a dinâmica da oferta e da procura. As ações desses agentes religiosos, que na busca por equacionar os resultados de forma que os ganhos superem os prejuízos, fundamentam-se numa lógica de acertos e erros devido à falta de instrumentos eficazes, como se encontra nas empresas capitalistas. Esse cenário só seria possível mediante algumas condições que Carreiro (2007) analisou profundamente em sua tese, que são: a secularização, a liberdade religiosa e o pluralismo religioso que serão explorados de forma mais aprofundada no terceiro capítulo.

A Igreja Videira adequou o modelo de células do pastor Cho, na Coreia do Sul, passando pela Colômbia com o modelo do pastor César Castellanos e, chegando ao Brasil pelas mãos do pastor René Terra Nova e a Goiânia pela atuação de Alúzio Silva. Tal modelo recebeu de cada um destes líderes adaptações pessoais. Entretanto, mesmo assim o modelo de igrejas em células adotado pela Videira não sofreu alterações radicais. O que realmente mudou foram as formas de controle dos líderes das células e o controle dos projetos de expansão, ambos fortemente dogmatizados e colocados sob a tutela direta dos líderes da Videira.

Como nas citadas igrejas que o exportaram, o modelo adotado e adaptado pela Igreja Videira é composto por uma casa, um líder, um líder em treinamento e membros e diferentemente do modelo de Castellanos, cada casa pode ter até no máximo quinze pessoas. À medida em que as células vão se multiplicando, elas

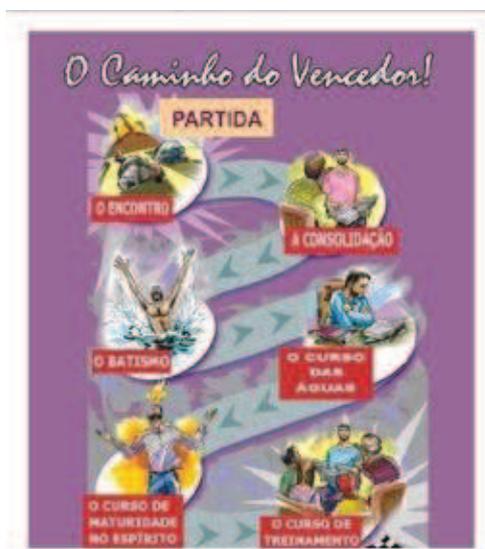
são separadas em grupos de cinco células, e passam a ter um supervisor. A cada grupo de cinco supervisores forma-se uma congregação com vinte e cinco células e, então é nomeado um pastor para esta congregação.

A estratégia para a elaboração de um pequeno grupo começa pelo grupo de oração que é considerado o embrião do projeto. Nele, são organizados os encontros em torno do levantamento dos nomes das prováveis pessoas que serão evangelizadas. Depois dos nomes levantados, há a preparação de um evento informal. Neste encontro, é feito o convite formal para visitar uma célula.

Nas primeiras reuniões, é importante seguir alguns passos como estão descritos na Revista Videira no tópico “dicas quentes para o líder de célula”:

Mostre que as [células] são a forma que Deus tem nos dado para edificar de forma adequada a Sua igreja. Em segundo lugar explique a importância das células na vida da sua igreja local. [...] em terceiro lugar não deixe de explicar a função de cada pessoa dentro da célula [...] em quarto lugar, não se esqueça de ensinar que fazemos parte de um corpo [...] depois de tudo isso, no final do primeiro mês, firme pactos ou alianças entre os irmãos da sua célula. Com os pactos, os irmãos da célula estarão dando ao líder liberdade (leia autorização) para falar em suas vidas. E, por fim estabeleça alvos (VIDEIRA, 1999, p. 31).

O passo seguinte é direcionado para a formação de novos líderes que assumirão novas células, assim que elas forem sendo formadas. A essa estratégia utilizada é o que a Igreja Videira chama de *consolidação*, que consiste em reuniões onde há ceia, estudos bíblicos e o preparo para o batismo. Neste processo, o estímulo é para que cada novo crente ingresso à célula se torne um líder e tenha a sua própria célula para comandar.



O passo seguinte está diretamente relacionado com a expansão da célula. Esta etapa consiste, basicamente, no ensino e no envio de pessoas para que outras células sejam criadas.

A organização das células segue uma lógica de produção e manutenção parecida com o fordismo¹⁹. A tabela abaixo mostra as etapas de formação da célula e o que cada uma delas representa nesse processo:

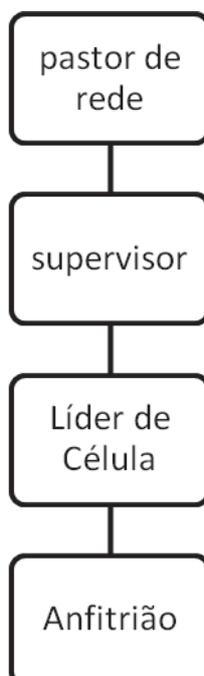
A FORMAÇÃO DAS CÉLULAS

O que?	Importância
Encontro	Retiro de três dias onde são celebrados cultos e apelos para conversão dos convidados
Célula	É o ambiente de convivência antes ou depois do encontro, é nesse ambiente que o novo convertido recebe todas as informações sobre a sua vida espiritual e os passos da sua iniciação no grupo.
Batismo	O novo convertido passará por um curso denominado “curso das águas” com ênfase na preparação para o batismo.
Consolidação	O novo convertido é levado para uma etapa de crescimento espiritual e de conhecimento mais aprofundado da Bíblia.
Maturidade no Espírito	Esta etapa consiste em preparar o membro da célula para a liderança. Este curso é pré-requisito para fazer o curso de liderança.
Treinamento de líderes	Este é o ponto de partida para a multiplicação da célula. A partir deste momento o líder capacitado pode abrir e iniciar outra célula da igreja.

¹⁹ Conjunto de métodos de racionalização da produção elaborado pelo industrial norte-americano Henry Ford, baseado no princípio de que uma empresa deve dedicar-se apenas a produzir um tipo de produto. Para isso, a empresa deveria adotar a verticalização, chegando a dominar não apenas as fontes das matérias-primas, mas até os transportes de seus produtos. Para reduzir os custos, a produção deveria ser em massa, e dotada de tecnologia capaz de desenvolver ao máximo a produtividade de cada trabalhador. O trabalho deveria ser também altamente especializado, cada operário realizando apenas um tipo de tarefa. E para garantir elevada produtividade, os trabalhadores deveriam ser bem remunerados e as jornadas de trabalho não deveriam ser muito longas.

Após a entrada na célula, os participantes são levados a selar entre si um pacto de compromisso (vide anexo 01). Este pacto conta com dez pontos a serem lidos em voz alta e confirmados pelos fiéis, toda vez que alguém entra numa célula ou quando o grupo se multiplica.

A estrutura básica de uma célula é composta por um anfitrião, um líder, um supervisor e um pastor de rede. Cada um deles possui atribuições bem definidas, como descreve o gráfico abaixo:



O *Manual da Célula Forte*, escrito por Adean H. Naves e publicado pela Editora Videira Ltda contém, de forma didática em quarenta e seis páginas o que se espera de cada membro da célula. O livreto está dividido em quatro capítulos: o cap. 1 responde à pergunta o que é uma célula forte; o cap. 2 apresenta o perfil do líder forte; o cap. 3 o perfil do discipulador forte; o cap. 4 os encargos de uma célula forte (NAVES, 2007).

EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO	AOS MEMBROS DA CÉLULA
De uma célula forte espera-se que	<ul style="list-style-type: none"> a) Seja organizada e estruturada conforme a visão da igreja; b) Todos se encontrem fora da célula; c) Haja outros líderes em treinamento; d) Todos cursem ou já tenham cursado o Cursão e o CTL²⁰; e) Enviem os visitantes para o Encontro; f) Consolidem o novo convertido e cada membro se torne um “anjo da guarda”²¹; g) A célula se multiplique pelo menos uma vez a cada ano.
De um líder forte espera-se que:	<ul style="list-style-type: none"> a) Mantenha uma rotina de trabalho que atenda à reunião semanal com seu discipulador, a frequência em cultos da igreja e entrega pontual dos relatórios da célula; b) Faça visitas regulares aos membros da célula; c) Pratique sistematicamente a visão que está no manual; d) Estabeleça seus alvos de multiplicação, comunique-os e faça o devido acompanhamento do desenvolvimento da sua meta;
De um discipulador / supervisor Forte espera-se que:	<ul style="list-style-type: none"> a) Discipule seus líderes de célula de acordo com a visão da igreja; b) Estabeleça alvos de multiplicação e que comunique e acompanhe o desenvolvimento de cada uma das células que está supervisionando;

Nota-se, pelo que está descrito na tabela, um forte discurso a favor da padronização, uma ênfase na execução de tarefas, na disciplina e na regularidade, a obediência a esquemas hierárquicos, a ascese e a submissão a esquemas de controle. A motivação fundamental de todas essas atividades está relacionada com a busca de resultados concretos e quantificáveis. Exige-se o pleno envolvimento dos membros na atividade da célula com a finalidade da multiplicação.

Tudo gira em torno da célula, para o interior da igreja e da própria célula, a fim de que ela possa se multiplicar. Não há espaço para o membro da célula da Videira

²⁰ Cursão é o curso de maturidade no espírito composto por uma apostila com dez lições ministradas em no máximo seis meses e é pré-requisito para o CTL (curso treinamento de líderes) também composto por dez lições e realizado em no máximo seis meses.

²¹ Membro da célula que fica responsável em tirar as dúvidas, fazer as primeiras ligações, manter o vínculo do novo convertido com a igreja. O anjo da guarda assume o papel de facilitador.

estar em outros lugares e ambientes sociais, por causa do número de atividades que lhe são propostas e pelo reduzido número de membros permitidos por cada célula (até no máximo quinze pessoas). O líder assume o comando do empreendimento e, como será visto posteriormente, o sucesso desse empreendimento é medido pela multiplicação (ou não) do número de seus membros.

Pode-se, então, mesmo que antecipadamente, admitir a possibilidade que dentro desse empreendimento o lucro seja exatamente o seu crescimento em grande escala, e o prêmio para o líder, a ascensão a um cargo superior onde ele poderá assumir o seu próprio negócio e objetivar mais lucros, e assumir o gerenciamento (supervisor / discipulador) de vários empreendimentos.

Na sequência ver-se-á como esse modelo de igreja é visto dentro do discurso doutrinário da Videira.

1.4 COMO A IGREJA VIDEIRA TRANSFORMOU ESTE MODELO ORGANIZACIONAL EM DOGMA DOUTRINÁRIO

Como vimos, a Igreja Videira nasceu do rompimento dos seus fundadores e de mais alguns membros com o Ministério Luz para os Povos. Segundo as palavras do pastor Aluizio, relatadas anteriormente, o motivo que desencadeara a crise e a separação se deu pela não concordância com o modelo e com o governo da Igreja Luz para os Povos, onde Silva e Almeida eram líderes. (PASSOS, 2012, p. 43) afirma que este desmembramento é típico no sub-campo religioso pentecostal:

[...] como a grande maioria das denominações religiosas no universo neopentecostal brasileiro, são oriundas de defecções de outras igrejas mais tradicionais. Esse processo de dissensão interna no seguimento pentecostal serviu e ainda serve como curso preparatório para empreendimentos religiosos ainda mais audaciosos e sofisticados do que suas matrizes

Para justificar o rompimento, que em todas as igrejas neopentecostais é tratado como um ato de rebeldia contra o próprio Deus, é preciso elaborar um contra-discurso que promova a convicção de que toda ação que se está realizando a partir do rompimento, é justamente por ouvir a voz do próprio Deus. O profeta, “quando sua profecia tem êxito, atrai acólitos permanentes” (MAX WEBER, 1999). Até que se forme uma congregação ancorada no carisma do novo líder, que agora

possui uma nova revelação divina que precisa responder à pergunta: “como ganharemos esta geração para Cristo?”

Os fundadores da Videira creem que a melhor estratégia para aumentar o número de membros de uma congregação é aplicar o método de igreja em células. Este modelo, segundo eles, está estabelecido como a última e definitiva revelação de Deus para o crescimento de seu reino. Eles afirmam que o Cristianismo falhou, e que a Igreja Videira tem a revelação de Deus para corrigir essa falha. Na ótica dos líderes da Videira, as igrejas tradicionais falharam por dar valor excessivo ao clero e à liturgia engessada. O modelo de igreja em células, para a Videira, é a resposta às questões que tornaram a igreja tradicional, e outras que não praticam o modelo em células, sem sentido. A partir desse prisma, o pastor Aluízio afirma que mesmo tendo o modelo do pastor Cesar Castellanos como paradigma, não há uma reprodução de todo o projeto:

Não assumimos a visão dos 12 por algumas razões. Esta visão foi programada para construir megaigrejas. Ela visa ajuntar os membros. Nós, por outro lado, desejamos multiplicar cada igreja local como multiplicamos as células. A nossa visão é de espalhar. A visão dos 12 precisa ser, necessariamente, homogênea, ou seja, funciona através de redes de homens, mulheres, jovens e assim por diante. Nós cremos que, para atingir o nosso alvo de multiplicação de cada igreja local, nossas redes precisam ser geográficas [...] depois de observar e entender o sonho de David Yonggi Cho ou de Cesar Castellanos, eu percebi que o que havia dentro deles era a mesma chama que havia dentro de mim, assim o sonho ou a *visão*, deles já não era apenas deles, mas era minha também. Dentro de mim já existia o sonho de uma igreja onde cada membro fosse um ministro, onde cada um pudesse desenvolver o seu dom para a edificação do Corpo, onde houvesse espaço para que todos compartilhassem e se expressassem e um lugar onde pudéssemos desenvolver um senso de família e cooperação (VIDEIRA, 2000, p. 06).

O pastor Marcelo Almeida afirma: “a preparação para o batismo, o discipulado de solteiros e de casados, a coleta de dízimos e ofertas e a ceia, todos são realizados nas células” (VIDEIRA, 1999, p. 10) e ainda diz “[...] um novo jeito de ser igreja – é um forte chamado para ganhar esta geração para Deus; [...] uma igreja santa emergindo e grande autoridade podendo ser expressa pela casa de Deus em todos os níveis da nação” (VIDEIRA, 1999, p. 16).

É no ambiente da célula que o fiel encontra a sua acolhida. A proposta da Igreja Videira é que o novo convertido se sinta parte de uma grande família frequentando um pequeno núcleo dela. A esperança de encontrar um lugar que seja

tranquilo que venha representar o tão sonhado lugar de paz é alcançada na vivência da célula. Esta é a proposta aplicada a todo novo fiel da Videira:

O corpo de Cristo é um lugar de segurança. Os cristãos deveriam ser as pessoas mais seguras na Terra, porque eles são parte de um Corpo, o qual Jesus Cristo é o cabeça, e o próprio Senhor ama e cuidada deles (Ef 5.23-32). Temos a segurança de estar ligados uns aos outros, mas também precisamos viver na vida do Corpo para participar dessa segurança. Se nos mantivermos separados, então não poderemos esperar esse benefício. (SILVA, 2008. p.77)

Bauman articula a ideia de que as comunidades, à medida do tempo, se tornam cada vez mais obsoletas. Neste processo, ele observa que as lealdades pessoais diminuem seu escopo com enfraquecimento contínuo dos laços nacionais, regionais e comunitários. A dor não une mais as pessoas. Ela não é mais o objeto da união das pessoas (Bauman, 2003. p. 48). Na contramão deste pensamento, a Igreja Videira ensina aos seus catecúmenos que:

O compromisso com a igreja local e com o Corpo de Cristo é essencial, porque fomos batizados por um só Espírito, em um único corpo. Não voltaremos a nos sentir sozinhos, pois temos milhões de irmãos e irmãs pelo mundo afora. Do mesmo modo que precisamos dos irmãos, eles também precisam de nós. Ninguém é independente no Reino de Deus; ao contrário, dependemos uns dos outros. É nessa interdependência entre os seus membros que a Igreja – o Corpo de Cristo – se torna a expressão plena de Jesus na Terra (Silva, 2008. p.77).

Na avaliação do pastor Aluízio Silva, a igreja é uma comunidade ligada misticamente e que completa a vida um do outro de forma também mística. A comunidade agora esta ligada a outras comunidades. Sentir-se sozinho não é mais um problema.

O gueto definido por Bauman combina com a ideia de um confinamento espacial, “o fenômeno do gueto consegue ser ao mesmo tempo territorial e social, misturando a proximidade/distância física com a proximidade/distância moral”. O elemento que sela o gueto é o resultado do embate entre a homogeneidade dos de dentro, em contraste com a heterogeneidade dos de fora (Bauman, 2003. p. 105).

Ao transformar a célula num gueto separado do mundo, onde o número máximo de quinze pessoas confraternizam-se geram uma sensação de separação do mundo real. Que é louvável, se não fosse incompatível com a lógica expansionista contida na própria declaração de “que toda célula deve multiplicar uma vez ao ano”. A própria ideia de multiplicação fraciona o convívio dos membros porque em tese, se espera que a multiplicação aconteça em até um ano.

O gueto proposto por Bauman dá a ideia de um pequeno paraíso em detrimento da agitação externa, da competição, da falta de compaixão e solidariedade externas ao convívio religioso. E de certo modo, a célula de fato assume uma postura de ser este ambiente homogêneo e seguro, porque a estratégia utilizada para promover a célula são festas, encontros informais e passeios. Há propositalmente a construção de um ambiente de comunhão e paz como estratégia para a aproximação de novos membros.

A ideia de vivenciar uma igreja com um pequeno grupo de pessoas onde todos se conheçam é tentadora. Mas como dito antes, torna-se inviável associar a pressão da competição e da cobrança por multiplicação de membros com um ambiente de aceitação, calma e integração permanentes.

A Igreja Videira entende que a sua prática, como igreja em células, é estar na *visão* que segundo o pastor Marcelo Almeida é:

É compreender que Deus nos chamou para um jeito novo de ser Igreja, o que vai além de ter o bom vinho da presença de Deus, bons cultos e um bom ministério carismático e crescente. No meio evangélico moderno ainda persistimos em reproduzir muito da estrutura caduca do clericalismo, que roubou do Corpo as funções e as colocou em forma de privilégios ou “sacramentos” nas mãos de uma casta restrita.[...] É priorizar o treinamento dos leigos para o desempenho do seu serviço na edificação da casa de Deus (VIDEIRA, s/d)

A compreensão de que Deus os chamou para exercer esse modelo de igreja autoriza seus fundadores à manipulação, à medida das necessidades, dos métodos do próprio modelo. O jeito novo de *ser* igreja está mais adequado com o jeito novo de *fazer* a igreja. A igreja em células é, para os pastores Aluizio e Marcelo, uma revelação divina. Eles apoderam do modelo desenvolvido pelo pastor Cho, sistematizado pelo pastor Castellanos e reinventam a sua estrutura. Eles entendem que o modelo de igreja tradicional teve o seu tempo vencido, por isso, a visão de igrejas em células é a revelação de Deus para este momento para suprir a ambição de ter uma congregação cheia de novos membros. O pastor Aluizio afirma:

Os líderes cristãos sonham em encher suas igrejas com milhares de vidas. Nós sabemos que as células tem suprido esse desejo em muitas igrejas. Elas são uma base sólida para a manifestação dos dons, para o surgimento de líderes, para o apascentamento das ovelhas e para a multiplicação. Pelas células podemos realizar o sonho de ver a nossa cidade completamente tomada por gente cheia

do Espírito e que expressa a Cristo em vida, amor e santidade. (VIDEIRA, S/d).

É justamente na questão referente ao crescimento numérico que o modelo em células consegue sustentar o seu apelo dogmático. Encher as igrejas com um número expressivo de fieis e assim poder aumentar o seu poder e representatividade, uma ambição que se torna plausível, quando o discurso que sustenta é transferido para esfera do sagrado.

1.5 COMO A IGREJA VIDEIRA MANTÉM A AMBIÇÃO DA MULTIPLICAÇÃO DAS CÉLULAS

A estrutura em células que a Igreja Videira elaborou visa ao crescimento numérico (multiplicação), mas como manter acesa a ambição de multiplicar-se em todos os níveis hierárquicos? É o que o pastor Alúzio sistematizou a partir da escatologia que Watchman Nee²² garante ao crente: além de buscar a salvação da sua alma ele deve procurar alcançar a vitória que consiste em produzir boas obras.

A Igreja Videira entende que a célula é o “projeto divino para a igreja no século XXI”, não existe outro modelo possível de atender satisfatoriamente a “vontade” de Deus a não ser a igreja em células.

A visão dos vencedores é conceitua que salvação e galardão são coisas distintas. A salvação está relacionada com a ideia do que é garantido legalmente, enquanto que galardão é a experiência a ser vivida do benefício legal.

A salvação é a entrada (aspecto legal) no reino, garantida por Cristo em sua morte vicária. O galardão é a vida a ser vivida no reino (experimentada) garantida pelo esforço do fiel. A salvação se dá por meio da conversão. O galardão é ambição do convertido. (SILVA, 2008, p. 25).

A recompensa como alvo é para os vencedores. Mas há a necessidade de se compreender a diferença que há entre posicionamento legal e experimental. O posicionamento legal do crente lhe assegura a salvação e sua posição em Cristo, e por estarmos nele, que é um vencedor, também somos vencedores (SILVA, 2008, p. 26):

²² Watchman Nee (1903-1972) é considerado um dos mais importantes líderes e pensadores nativos na história do Cristianismo chinês. Ele é o fundador do “Pequeno Rebanho” [Little Flock], a maior denominação cristã protestante na China na época do regime comunista em 1949, (http://www.monergismo.com/textos/biografias/watchman_nee_huelon.htm) acesso em 07.11.2013

Esta é a história de muitos crentes: são legalmente ricos, mas experiencialmente pobres. A parte de Deus é dar, mas a nossa parte é nos apropriar. Se não há apropriação, não há desfrute da herança. Vencedores são aqueles que já entraram na experiência e se apropriaram daquilo que é de todo crente por direito. Por isso, uma coisa é ser um salvo, outra coisa é ser um vencedor. A salvação é pela fé, contudo a recompensa é pelas obras que praticarmos diante de Deus.” (SILVA, 2008, p.25)

Mesmo os salvos, sendo filhos de Deus, em nada diferem do escravo. Possuem, mas não tomam posse. Os vencedores são os crentes que entraram na experiência da herança. O vencedor é maduro e espiritual, enquanto os derrotados (o apenas salvo) são crianças e carnisais (SILVA, 2008, p. 27). Sobre o momento em que esta recompensa será saldada o pastor Aluízio diz:

O tempo em que os crentes vencedores serão recompensados é chamado de reino, ou seja, é a recompensa dos crentes que entram na experiência da vitória [...]quando o Senhor tornar-se o Rei e o reino do mundo tornar-se o reino de nosso Senhor e do Seu Cristo, então esse será o tempo para se dar a recompensa aos santos, aos pequenos e aos grandes. Em outras palavras, o tempo do reino é o tempo da recompensa. Quando o reino vier, a recompensa virá também [...] Deus recompensará ou disciplinará uma pessoa salva de acordo com as suas obras [...] A recompensa será entregue quando ele vier reinar sobre a Terra. O mérito da recompensa se dará pela obra de suas mãos [...] A recompensa será a coroa e o trono. A coroa representa uma posição de glória no reino. A coroa é o símbolo do reino. O trono é um símbolo que representa a autoridade e a glória no reino (SILVA, 2008, p. 28 - 30).

A Igreja Videira explora a ideia do galardão que consiste em um prêmio a ser recebido pelo fiel, quando as profecias do livro do Apocalipse se cumprirem. Este prêmio se diferencia da salvação da alma, é algo que o crente conseguirá pelos seus esforços, diferente da concepção soteriológica defendida pela Igreja Videira que é pela graça.

A declaração de que “A recompensa é apenas para os crentes vencedores e vitória é algo que podemos ter hoje e não ter amanhã. A vitória só é decidida no final da corrida” (VIDEIRA, 1999, p. 18), constrói a ideia de que quem investe mais obtém mais espaço no reinado milenar de Cristo, conforme está declarado no editorial “Pão do Céu”: “o reino requer esforço ou até mesmo o martírio, para se obtê-lo (SIC). Por

exemplo, a pobreza é uma condição para o reino dos céus. Para obter o reino dos céus, a pessoa precisa perder suas riquezas” (VIDEIRA, 1989, p. 19).

Os membros da Igreja Videira buscam ser, além de salvos, vencedores; eles orientam suas práticas pelo prêmio futuro. É nessa busca pelo prêmio, que não é para todos, que a Igreja Videira lança o desafio da multiplicação para seus membros. Mas, como é tipificado no “aqui e agora” o vencedor? Pela capacidade de ascensão de cada indivíduo, e essa ascensão se dá pela multiplicação de membros. É preciso ser empreendedor e eficiente, para usufruir dos bens destinados aos vencedores, no aqui e agora, ou seja, ter uma cadeira no seleto grupo de ativos de sucesso da igreja.

Dentro desse escopo, percebe-se o quanto essa lógica está permeada de uma falsa espiritualidade que serve como uma cortina de fumaça, para encobrir uma intenção: tornar-se a igreja mais poderosa e influente.

A equação que os fundadores da Igreja Videira conseguiram resolver passa pela primeira indagação: *Como fazer para que uma igreja cresça?* Vários são os testemunhos encontrados na pesquisa, e aqui registrados pelo pastor Aluizio Silva e o pastor Marcelo Almeida. Eles afirmam ter encontrado uma resposta a esta pergunta no esquema do G12 de Cesar Castellanos.

Outras perguntas surgem dentro dessa equação: *Como manter o grupo sempre desejoso de crescer? Como não deixar que as células se acomodem?* A resposta veio de um rigoroso sistema de controle de frequência e de fiscalização do desempenho de cada célula, ancorado por uma promessa de que todos os que trabalhassem reinariam com Cristo no Milênio, e que poderiam exercer um cargo superior ao que, normalmente, ele tem praticado na vida do dia-a-dia.

Como lidar com as muitas células espalhadas pelos lares do Brasil, e no exterior, sem que se perca ou se abra espaço para rompimentos iguais ao que o pastor Aluizio e pastor Marcelo provocaram em sua antiga denominação? A resposta foi adaptar e aplicar a teologia da autoridade espiritual do pastor chinês Watchman Nee que afirma que todos devem submeter-se à autoridade imediatamente superior a ela. Veremos com mais detalhes no capítulo dois no tópico teologia da autoridade espiritual.

No próximo capítulo, será visto como a Igreja Videira se comporta no mercado religioso e como as metodologia de igrejas em células desenvolvidas por ela se assemelham ao Marketing Multinível.

2 A TEOLOGIA DA VIDEIRA IGREJA EM CÉLULAS

Weber (WEBER, 1999) afirma que o sacerdote tem a tarefa de elaborar o conteúdo e de sistematizar a doutrina considerando o que é sagrado, e fazer com que os crentes assumam-na como sua nova forma de crença, protegendo-a ao mesmo tempo contra ataques externos. Na prática isso implica de certa forma em resguardar a posição do seu próprio sacerdócio. Ainda de acordo com Weber, esta ação dos sacerdotes produz “[...] duas consequências: escrituras canônicas e dogmas”. (WEBER, 1999, p. 314).

Como foi abordado no capítulo anterior, a Videira Igreja em Células surge no cenário religioso goianiense, fruto de uma cisão. Ela sai do Ministério Luz para os Povos e estabelece para si um modelo de igreja embasada em uma estrutura fragmentada, ou seja, em pequenos grupos reunidos. Estes pequenos grupos se encontram aos sábados e domingos nos atuais quatro templos na região metropolitana de Goiânia²³.

A partir desse rompimento, o pastor Aluizio Silva elaborou os dogmas doutrinários para sustentar a tese de que a igreja no modelo celular é antes de tudo uma inspiração divina. Houve, portanto, a construção de um sistema teológico-doutrinário bem elaborado e esquematizado, com o consequente trabalho de indoutrinação dos fiéis da igreja. Para essa atividade de transmissão ou inculcação doutrinária, a igreja utiliza farto material publicado pela editora do pastor Aluizio. Nos termos descritos por Weber, o pastor assume então o papel do sacerdote que constrói todo o esquema em torno do saber sagrado e:

[...] essa função importante da educação de leigos não cessa de existir e, por toda parte, a pretensão do sacerdócio é mantê-la firme em suas mãos. Ao mesmo tempo, o saber sagrado, como tal, vai desaparecendo, e o ensinamento sacerdotal transforma-se numa tradição fixada literalmente, interpreta pelos sacerdotes mediante dogmas. Uma religião livresca deste tipo torna-se então fundamento de um sistema de educação não apenas

²³ Atualmente a Igreja Videira possui quatro templos na região metropolitana de Goiânia, sendo, três em Goiânia (Setor Bueno, Capuava e Vila Nova) e um em Aparecida de Goiânia (Garavelo) e em vinte e quatro capitais e oitenta cidades do interior além de sedes na Europa, EUA, Canadá e África.

para os próprios membros do sacerdócio, mas também e precisamente para os leigos (WEBER, 1999).

Como arquétipo do sacerdote descrito por Weber, o pastor Alúzio elabora e reelabora a doutrina de sua igreja, de acordo com os novos componentes para os devidos ajustes e testes que ela requer. Isso é possível porque o campo religioso neopentecostal se caracteriza pela falta de uma linha de fundamentos teológicos unificados, até porque um dos seus atributos é exatamente a capacidade de gerar novas “teologias” de acordo com a clientela. Mariano (MARIANO, 2010, p. 38) afirma que “entre as igrejas neopentecostais não há homogeneidade teológica”. Esse dado é confirmado pela tese de doutorado de Paulo R. Passos sobre a Igreja Apostólica Fonte da Vida, uma florescente igreja neopentecostal de Goiânia, onde ele afirma que:

Apesar de praticamente todas as denominações inscritas nesta vertente compartilharem de premissas muito parecidas, idiosincrasias pontuais podem ser facilmente verificadas, sobretudo em seus perfis exegéticos. Ou seja, existe uma base teológica comum a todas as instituições: prosperidade, cura e família, porém o viés hermenêutico apresenta especificidades próprias (PASSOS, 2012).

Numa perspectiva mais aproximada podemos notar como a Videira se destaca entre suas congêneres. Ela, diferentemente de outras igrejas neopentecostais, como a Igreja Apostólica Fonte da Vida²⁴ que não possui uma linha fechada sobre sua teologia, possui uma editora encarregada de produzir todo o material doutrinário utilizado pela igreja. HÁ OUTRAS DIFERENÇAS?

Os textos doutrinários produzidos e utilizados intensivamente pela Igreja Videira apresentam três fortes pilares que servem de base para legitimar o modelo eclesial proposto: a) A teologia do Vencedor que trata das características esperadas de um crente e quais prêmios estão prometidos a ele; b) A teologia da Autoridade Espiritual que trata das razões porque não se deve rebelar contra a liderança e assim evitar uma cisão; c) A teologia da Unção do Método, que explica os motivos para se manter e não modificar a *visão recebida*. Esse tripé teológico permeia toda a literatura produzida pela Videira, constituindo-se afinal, em um manual (lei) de regra

²⁴ Citamos a IAFV como referencial comparativo, porque ela possui uma penetração no campo religioso local e nacional que coincide com várias áreas de interesse da Igreja Videira.

e prática voltado para o objetivo maior: fazer com que a célula se multiplique com sucesso e no menor tempo possível.

Esses três pilares trabalham juntos para formar em cada um dos membros da igreja uma consciência de empreendedor. O próprio *slogan* adotado pela Videira não deixa margem a dúvidas: “Nosso encargo é edificar uma igreja de vencedores, onde cada membro é um ministro e cada casa uma extensão da Igreja, conquistando, assim, a nossa geração através de células que se multiplicam uma vez ao ano”.²⁵ Percebe-se a expectativa de que cada fiel assuma um *espírito* empreendedor: cada membro deve tornar-se um “ministro”, cada célula deve ser uma “igreja” que se “multiplica” uma vez ao ano.

Ao analisar o corpo de doutrinas da Videira veremos claramente as teias do mercado, suas características e exigências, entrelaçando-se com o discurso religioso.

2.1 A TEOLOGIA DO VENCEDOR

A teologia do vencedor é a soteriologia (doutrina da salvação) vivenciada e defendida pela Videira Igreja em Células. Tal teologia traz em si duas concepções básicas sobre salvação: a da alma e a do galardão. O galardão vem a ser, para a Videira, uma salvação com um *plus*.

A respeito dessa teologia da salvação verificamos as afirmações fundamentais: “A salvação se dá por meio de Cristo. Apenas pelo sangue do Cordeiro você pode ser lavado, perdoado e justificado” (SILVA, 2011, p. 39) e “a salvação é uma dádiva” (SILVA, 2011, p. 46). Estas afirmações se repetem ao longo da literatura verificada por esta pesquisa.

Pode-se então afirmar, que em termos soteriológicos a Igreja Videira faz uma bricolagem entre os conceitos calvinista e arminiano,²⁶ o que, em tese, já a difere

²⁵ Fonte: www.igrejavideira.com/visao acesso em 24.01.2014

²⁶ Segundo o Calvinismo: A salvação é realizada pelo poder do Deus triúno. O Pai escolheu um povo, o Filho morreu por esse povo, e o Espírito Santo torna a morte de Cristo eficaz, ao trazer os eleitos à fé e ao arrependimento, levando-os a obedecerem voluntariamente ao evangelho. Todo o processo (eleição, redenção e regeneração) é uma obra de Deus, realizada tão-somente pela graça. Assim, Deus, e não o homem, determina quem serão os recipientes do dom da salvação. Segundo o Arminianismo: A salvação é um resultado da combinação dos esforços de Deus (que toma a iniciativa) e do homem (que tem de responder à iniciativa divina), mas a resposta do homem é o

das demais que possuem o mesmo perfil: tem a origem no pentecostalismo, mas estão mais próximas do modelo estritamente arminiano.

Já a tese defendida na teologia do galardão (teologia dos vencedores) recebe um espaço mais dedicado e permeia a literatura produzida pela Videira. Em todo o seu escopo doutrinário é o que prevalece. A base de sustentação da teologia do galardão conquistado pelo vencedor é a concepção escatológica do pré-milenismo²⁷. É nela que verificamos uma das ênfases basilares do modelo em célula, “as células são um instrumento de Deus para alcançarmos a visão de sermos uma Igreja de vencedores” (SILVA, 2011, p. 96). O Galardão é o prêmio prometido, é a possibilidade, segundo o Silva, de receber a coroa e poder desfrutar no reinado que Cristo fará por mil anos como um príncipe que regerá uma cidade, vila ou atividades do governo do Messias. Para receber este galardão é preciso estar membro de uma igreja em células. O que responde, até certo ponto, a pergunta: por que continuar a investir tempo e recursos nesse projeto? Estando membro de uma célula, aceitar que ela deve multiplicar-se pelo menos uma vez ao ano, torna a pessoa apta a se tornar um vencedor. *A visão dos vencedores* consiste na seguinte doutrina: todos os crentes são, em tese, vencedores, mas nem todos receberão o prêmio o galardão. O pastor Aluízio explica a razão de sua afirmação:

[...] precisamos compreender a diferença entre posição legal e posição experimental. Legalmente somos mais que vencedores, Cristo garantiu a vitória. Porém, é possível que não vivamos isso em nossa experiência (SILVA, 2011, p. 39).

A explicação dada por ele para esta dicotomia é análoga à situação do herdeiro legal, que vai possuir muitos bens no futuro, mas que ainda não pode usufruir da fortuna, portanto, que vive em miséria embora seja rico. Para o pastor Aluízio todos são vencedores, mas nem todos que buscam ser vencedores poderão receber o prêmio.

fato determinante. Deus providenciou a salvação para todos; essa provisão, porém, se torna efetiva somente para aqueles que, por sua própria vontade, escolherem cooperar com Deus e aceitarem sua oferta de graça. Nesse ponto crucial, a vontade do homem desempenha um papel decisivo. Assim, o homem, e não Deus, resolve quem serão os recipientes da salvação. ELWELL. Walter A (org) *Enciclopédia histórico-teológica da igreja cristã*. São Paulo: Vida Nova, 2009

²⁷Pré-Milenismo: É a corrente que defende que a Segunda Vinda de Jesus acontecerá antes (pré) do período de mil anos anunciado no livro do Apocalipse, cap. 20. Os pré-milenaristas acreditam que serão mil anos literais e este período será caracterizado por grande paz e prosperidade, devido à presença física de Jesus reinando na terra. Alguns defensores notáveis do Pré-Milenismo foram: Justino Mártir, Irineu, Charles Spurgeon. Fonte: www.monergismo.com Acesso em 31.12.2013

É justamente pelo esforço pessoal que um crente pode se tornar vencedor. E qual o prêmio deste vencedor? Segundo o Pastor Aluízio, este vencedor receberá o reino: “o tempo em que os crentes vencedores serão recompensados é chamado reino, ou seja, é a recompensa dos crentes que entram na experiência da vitória” (SILVA, 2011, p. 40) e completa:

Quando o Senhor tornar-se o Rei e o reino do mundo tornar-se o reino de nosso Senhor e do Seu Cristo, então esse será o tempo para se dar a recompensa aos santos, aos pequenos e aos grandes. Em outras palavras o tempo do reino é o da recompensa. Quando o reino vier, a recompensa virá também (SILVA, 2011, p. 42).

2.1.1 O galardão

A teologia do galardão trata da recompensa que os crentes vencedores receberão, quando o reino de Deus for devidamente instalado na terra. As promessas desta teologia são que os crentes salvos receberão disciplina ou recompensa dependendo das obras feitas em vida. A disciplina dos crentes, segundo esta doutrina, será feita no Tribunal de Cristo²⁸ e não visa à condenação, por já estarem salvos para sempre. Este julgamento se dará antes da instalação do Milênio, por ocasião da segunda volta de Cristo. Nele, não haverá condenação ao inferno, apenas serão mensuradas as obras de cada crente e a devida entrega da recompensa ou punição (disciplina). Segundo o pastor Aluízio, neste tribunal serão apresentadas as obras e aqueles que infringiram alguns mandamentos, como o de ensino equivocado das escrituras, receberão a disciplina (SILVA, 2011, p. 56).

No quadro abaixo, elaborado pelo pastor Aluízio, há um demonstrativo de como a Igreja Videira (SILVA, 2008) classifica e diferencia a doutrina da Salvação da alma (= vida eterna) da doutrina do Galardão (= reinado com Cristo no Milênio):

Salvação (vida eterna)	Galardão (reinado com Cristo no Milênio)
É pela graça mediante a fé	É adquirido pelas obras
É eterna	Durará Mil anos
Não depende de sacrifício algum para obtê-la	Implica em sacrifício pessoal
É um presente (graça)	É uma conquista pessoal

²⁸ O tribunal de Cristo é um termo emprestado do texto de *II Coríntios 5,10* que diz: “*porque importa que todos nós compareçamos perante o tribunal de Cristo, para que cada um perceba segundo o bem ou mal que tiver feito por meio do corpo*”.

É igual para todos	Haverá diferença de graduação entre os crentes
É definida no ato da decisão por seguir a Cristo	As vagas estão em aberto

Tabela: classificação e diferenciação entre salvação e galardão. Fonte: SILVA, Aluizio A. A visão dos Vencedores. Goiânia: Vinha, 2008.

2.1.2 As bases teológicas da doutrina no galardão

A construção da teologia do vencedor está esteada na interpretação que o pastor Aluizio Silva realiza dos textos do livro do Apocalipse de João. A partir da interpretação do Apocalipse é construída toda a estrutura desta teologia no que se refere aos requisitos para se tornar um vencedor e quais os prêmios que lhe serão concedidos. Para se compreender melhor essa abordagem são necessárias algumas considerações. Primeiro, a leitura e os comentários feitos do livro de Apocalipse pelo pastor Aluizio foram publicados em um livro que leva o título: *Apocalipse sem mistério: os selos foram abertos*, publicado pela Vinha Editora em 2011. Os comentários são construídos a partir de uma exegese com excesso de uso da tipologia²⁹. A apresentação versículo por versículo do livro do Apocalipse tenta passar a ideia de um sermão expositivo. Silva não cita quaisquer fontes de inspiração ou outros autores para fundamentar ou comprovar seus comentários, o que dá à sua obra um tom de segunda revelação.

Por se tratar de um estilo de literatura de difícil interpretação e ainda receber, entre os próprios protestantes, o estigma de “livro que revela os segredos do *fim do mundo*”, quando um pastor se presta a escrever um livro com o título de “*Apocalipse sem mistério*”, empresta-se a este escritor a aura popular de manipulador de coisas ocultas, o que acrescenta sem dúvida alguma, mais valor ao seu carisma. Isso explica a razão do sucesso do livro, que no seu primeiro ano de publicação, em 2011, já estava na quarta edição

²⁹ “Segundo a lei ordinária da Tipologia bíblica, as realidades do Antigo Testamento são, em primeiro lugar, sombra e figura do mistério de Cristo e encontram nele o seu pleno cumprimento. (...). A sombra e figura dos acontecimentos do Antigo Testamento encontram a sua plena realização no mistério de Cristo que, por sua vez, se atualiza nos mistérios da Igreja” *Comissão Pontifícia Bíblica*, 1994, p. 98, apud GODINHO, 2013, p 10.

Toda a doutrina a respeito da conduta que se espera de um vencedor é retirada da aplicação que o pastor Aluizio faz das cartas escritas às sete igrejas da Ásia, registradas no livro do Apocalipse, de Ap 2,1 até 3,20.

Segundo o pastor Aluizio Silva (SILVA, 2011, p. 89) ao ler no livro de Apocalipse a respeito das sete igrejas da Ásia você pode:

[...] entender essas igrejas de três formas. Em primeiro lugar, elas existiram realmente e os problemas e virtudes mencionadas aqui eram reais, sendo assim, as cartas certamente foram úteis na sua edificação. [...] Ainda assim, cada uma dessas igrejas pode ser usada como modelos espirituais que servem de advertência a toda e qualquer igreja em qualquer época da história [...] Apocalipse é, prioritariamente, profético, em virtude disto, cada igreja pode também ser uma representação profética³⁰. Todos os mestres concordam que cada uma das sete igrejas representa um determinado período da história da Igreja desde o primeiro século até a volta do Senhor.

Aplicando tal compreensão ao caso atual da Igreja Videira, elaboro a seguir um quadro contendo os modelos paradigmáticos de igreja mencionados no Apocalipse, ressaltando quais as características que são esperadas de um crente vencedor a partir da interpretação que Silva realiza daquele livro:

Igreja	Representação tipológica	Característica de um crente Vencedor
Éfeso	A Igreja primitiva (cristianismos originários)	<ol style="list-style-type: none"> 1. O vencedor tem obras a apresentar. 2. É perseverante. 3. Possui uma “santa” indignação com falsos profetas. 4. Suporta bem a pressão da perseguição. 5. É sempre fervoroso. 6. É reconhecido por Jesus como um crente que trabalha. 7. Rejeita veementemente a ideia do clericalismo.
Esmirna	A Igreja do século II e III.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sendo pobre, é maior a chance de tornar-se um vencedor. 2. Rejeita tudo que provém do judaísmo: <ol style="list-style-type: none"> a. Não tem fixação com o templo (salão de reuniões). b. Refuta qualquer ensino que se assemelhe à Lei mosaica 3. Faz parte de uma célula: “a visão celular é o caminho do vencedor” (SILVA, 2011) 4. Vence o teste nos tempos de tribulação que Deus determinar. 5. É fiel até a morte. 6. Não sofrerá o dano da disciplina no julgamento de Cristo.

³⁰ O termo profético ou profética é uma expressão utilizada no meio evangélico para designar denúncia ou para determinar que algo poderá acontecer num futuro próximo.

Pérgamo	A Igreja do século IV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tem uma maneira de viver diferentemente dos mundanos. 2. Não fala mal da igreja. 3. Come do maná escondido.³¹ 4. Tem a sua vida mudada completamente.
Tiatira	A Igreja na Idade Média	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não aceita o sincretismo religioso da Igreja Católica Apostólica Romana. 2. Não utiliza imagens tradicionais na comemoração do Natal. 3. Está credenciado para ser arrebatado antes da tribulação que virá sobre a terra nos dias do juízo final.
Sardes	A igreja na época da Reforma protestante	<ol style="list-style-type: none"> 1. É aquele que não carrega apenas o <i>status</i> de reformado. Ele promove a reforma sempre. 2. É aquele que não mantém apenas a <i>pose</i> de piedoso, amoroso, espiritual. 3. Não age com hipocrisia. 4. Tem o seu nome inscrito no Livro da Vida.
Filadélfia (igreja modelo para quem quer ser vencedor)	A igreja na época do movimento pietista	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rejeita o formalismo das igrejas tradicionais. 2. Permanece firme no propósito de se tornar um vencedor.
Laodicéia	As igrejas atuais	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não aprova o tipo de governo por conselho. 2. Entende que há “pesos” e “medidas” diferenciadas entre os membros (o membro mais antigo tem valor diferenciado na cadeia de comando e liderança). 3. Tem em mente que um vencedor produz atos de justiça. 4. Precisa acreditar na visão dos vencedores.

Tabela da relação tipológica das sete igrejas da Ásia descritas em Apocalipse 2,1 a 3,20 e a aplicação para o Crente Vencedor – elaboração minha

2.1.3 O perfil do crente vencedor

No quadro acima estão relacionados de forma tipológica o que cada igreja representa, segundo o pastor Aluízio Silva, e a relação com o perfil desejado do crente vencedor. Nota-se, a partir da análise da tabela, que a igreja que melhor representa o modelo de vida desejado para o crente vencedor é a igreja de Filadélfia que, segundo o autor, está relacionada a um estilo de vida que imita o movimento pietista. Berger (BERGER, 1985) nos esclarece a respeito do pietismo:

³¹ Faz referência ao texto de Apocalipse 2,17 e que sugere o alimento espiritual que receberão os crentes fiéis.

O pietismo foi um choque, porque dissolvia as estruturas dogmáticas (da igreja reformada) em várias formas de emocionalismo. Era, portanto, desobjetivante ou subjetivante. Tinha muito da emoção, de sentir o 'coração' aquecido. A consequência é a subjetivação. A emoção subjetiva toma o lugar do dogma objetivo como critério de legitimidade religiosa, colocando, assim os fundamentos para a psicologização do cristianismo, e o mesmo processo relativiza os conteúdos religiosos, já que o 'coração' de um pode dizer coisas diferentes que o 'coração' de outro. O pietismo também ameaçava o esforço protestante para manter micro-cristantades em virtude de uma tendência à pluralização. [...] o pietismo em todas as suas formas, tendeu ao sectarismo tanto dentro quanto fora das Igrejas Tradicionais.

Pode-se perceber que dentro da teologia do vencedor algumas destas características levantadas por Berger são desejadas e estimuladas. O coração aquecido ou avivado, tal sentimento é pré-requisito para o crente vencedor. Há uma forte queixa contra a “frieza” doutrinária ortodoxa e uma severa crítica ao movimento reformado. Nas palavras do pastor Aluízio, a igreja reformada assemelha-se à igreja de Sardes, onde a razão fala mais alto do que o coração. A respeito das igrejas com conteúdo teológico ortodoxo ele diz:

O Senhor abomina quem tem aparência sem realidade e mantêm uma pose de piedade, uma aparência de espiritualidade e zelo, mas que, na verdade, não tem fogo queimando diante de Deus.[...] Na Igreja Reformada, isso acontece. O que eles ensinam é correto. A teologia reformada é, na verdade, a mais correta. Mas não tem a realidade daquilo que pregam, pois não sabem o que é um coração intenso e apaixonado pelo Senhor. [...] Eles estão apenas preocupados que as pessoas aprendam doutrinas exatas (SILVA, 2011, p. 122).

A teologia do vencedor estabelece para o membro da Videira uma busca pela subjetividade da fé. Pode-se até acumular o conhecimento doutrinário ortodoxo, mas este está *sub judice* do sentimento, do “fogo” que aquece o coração do indivíduo. O pastor Aluízio atribui a esta experiência subjetiva o princípio que norteia a conduta do crente vencedor. Ele também vincula o objetivo final do crente vencedor à busca por estar “cheio” do Espírito Santo, que é somente possível pela busca pessoal de cada crente. Como resultado desta busca, o crente receberá sobre si a unção divina que é o elemento principal para a multiplicação das células. A unção divina vem a ser, em suma, a ação que habilita o crente a se tornar um Vencedor, conferindo-lhe

a possibilidade real de obter o prêmio: reinar juntamente com Cristo no milênio. Ou seja, quanto mais subjetiva a experiência, mais verdadeira para o indivíduo. Quanto mais verdadeira ao indivíduo, mais unção. E quanto mais unção, maior as chances do empreendimento dar certo, e se o empreendimento der certo, a recompensa de um lugar no reinado de Cristo.

2.2 A TEOLOGIA DA AUTORIDADE ESPIRITUAL

No campo religioso neopentecostal, há uma forte ênfase no discurso doutrinário da autoridade espiritual que incute respeito, temor e até medo aos fiéis. Esse medo foi deslocado do sagrado para a vida cotidiana. É uma ressignificação dos valores relacionados com a vida no além para a vida do dia-a-dia. Não há mais o medo de ir para o inferno, há o medo de trazer o inferno para a vida. Por isso, obedecer ao líder é uma das formas privilegiadas para se encontrar a paz e garantir a prosperidade.

O discurso da autoridade espiritual é uma forma de dominação e de manter a clientela cativa evitando que ela se desloque para outro grupo. A expressão comumente usada pelos líderes da Videira é a “cobertura espiritual”. Esta vem a ser um tipo de poder e de domínio sobrenatural dado pelos líderes a quem está “debaixo da sua cobertura espiritual”, ou seja uma proteção dada por eles contra espíritos malignos.

Fica evidente que a sustentação do empreendimento religioso neopentecostal passa pela figura do líder. É ele que com o seu carisma consegue estabelecer os vínculos necessários para que o fiel aceite e “compre” o seu produto.

O trânsito religioso que até então favoreceu fortemente as igrejas neopentecostais, que mostram grande capacidade de reformulação e adequação ao mercado religioso, acaba afetando também os grupos congêneres, principalmente, aqueles que, por meio de cisões, perderam fiéis para os novos empreendimentos. O feitiço pode se virar contra o feiticeiro, ou seja: uma vez constituída de membros vindo da migração religiosa, a igreja neopentecostal precisa garantir sua permanência, para não perdê-los outra vez. Justamente nesta fase é que a Videira articula e inculca sua teologia da autoridade espiritual. Vejamos como se articula esse binômio autoridade-submissão no caso da igreja.

2.2.1 O discurso da autoridade espiritual como uma forma de dominação

O discurso doutrinário sobre a autoridade espiritual da Videira – Igreja em Células é o que Max Weber chama de *dominação legítima*. Para Weber há três tipos puros de dominação legítima: a dominação legal, a tradicional e a carismática. A dominação legal se baseia no estatuto jurídico e no arranjo legal; a dominação tradicional se apoia na força da tradição; e a dominação carismática é sustentada pela devoção ao profeta e pela crença nos seus dotes sobrenaturais (COHEN 1986). Estes modelos podem, segundo Weber, "fundar-se em diversos motivos de submissão". A submissão pode depender diretamente de uma constelação de interesses, ou seja, de considerações utilitárias de vantagens e inconvenientes por parte daquele que obedece. Pode também depender de mero 'costume' do hábito cego de um comportamento inveterado, ou pode fundar-se, finalmente, no puro afeto, na mera inclinação pessoal do súdito (COHN, 1986, p.128).

A *dominação legal* dá-se pelo estatuto. Ele é constituído a partir de uma formulação não natural e seus interlocutores compreendem a legalidade do ato e se submetem a ele. A obediência está vinculada ao cargo e ao direito do outro de exercer domínio pelo estatuto constituído. Neste tipo de dominação existem as funções estabelecidas. Temos quem ordena e quem é ordenado, neste caso, o funcionário. Ambos estão sujeitos à obediência ao estatuto e à "lei", porque ela como ser abstrato, deveria valer em pé de igualdade para quem ordena e para quem é ordenado. Nesse universo se apresenta a figura do funcionário, que é o profissional preparado e remunerado para exercer a função objetiva do seu cargo, e cuja promoção se dá por regras já estabelecidas (COHN, 1986, p. 129). A dominação legal se encontra de forma pura na burocracia, até porque segundo Weber ela:

Rege o princípio de áreas de jurisdição fixas e oficiais, ordenadas de acordo com regulamentos, ou seja, por leis ou normas administrativas. As atividades regulares necessárias aos objetivos da estrutura governada burocraticamente são distribuídas de forma fixa como deveres oficiais (WEBER, 1982, p.229).

A *dominação legal* não se detém somente pela dominação burocrática. Até porque, se torna inviável eleger os mandatários de todos os cargos de chefia. Há

naturalmente os que se impõe pela força da função. A ocupação de um cargo se conquista pelo profissionalismo. A exigência de uma especialização é entendida como pré-requisito para a sua contratação (no caso o profissional/crente). A ideia é de que a pessoa ingresse na função não pela venda da sua hora de trabalho por dinheiro, mas pela compreensão de que o que ela está fazendo é um dever. É um exercício de fidelidade. O alto-funcionário é normalmente aquele que possui mais especializações (WEBER, 1982, p. 232).

A *dominação tradicional* é assim chamada porque a sua força decorre da crença de que as ordenações e os poderes dos senhores são santos e intocáveis (sobrenaturais). Ela é encontrada de forma mais pura no modelo patriarcal e é, na comunidade, que a associação dominante se situa. Neste modelo de domínio, o 'senhor' é quem "dá as cartas" (subordinante), os que obedecem são os 'súditos' (subordinados)', e os servidores completam o quadro administrativo.

A obediência por sua vez está subordinada à identidade do agente fiel que se submete à ação paternalista, uma vez que ela é a guardiã do conteúdo que, protegido, não permite que ela seja maculada (COHEN, 1986, p. 131). O quadro administrativo é mantido pela presença dos dependentes do senhorio (amigos, familiares, pessoas próximas). A legitimidade de sua dominação se dá pela tradição, sua liderança não está ligada a uma lei propriamente dita. Quanto mais discreto e guardião das tradições for, mais respeito e fidelidade o líder receberá de seus súditos (COHEN, 1986, p. 132).

A *dominação carismática*, ou devoção efetiva, concentra-se em torno da pessoa que possui o carisma. São considerados carismas: dotes sobrenaturais, atos de heroísmo, dons de revelação, poder intelectual ou boa oratória. Eles são carregados da imagem do sempre novo, extraordinário. Seus tipos mais puros são o profeta, o herói ou o "grande demagogo". A associação se faz através dos seus séquitos. O tipo que tem o controle é o líder, e quem lhe obedece, são os seus apóstolos. A dominação carismática se sustenta não pela constituição legal, ou pela força da tradição, mas pelas qualidades excepcionais do líder (COHEN, 1986, p.135). A autoridade carismática está sustentada pela crença no profeta. A sua autoridade está mantida pela fé e pelo reconhecimento, por isso se torna um dever, uma lealdade pessoal.

2.2.2 A apropriação simbólica da autoridade espiritual

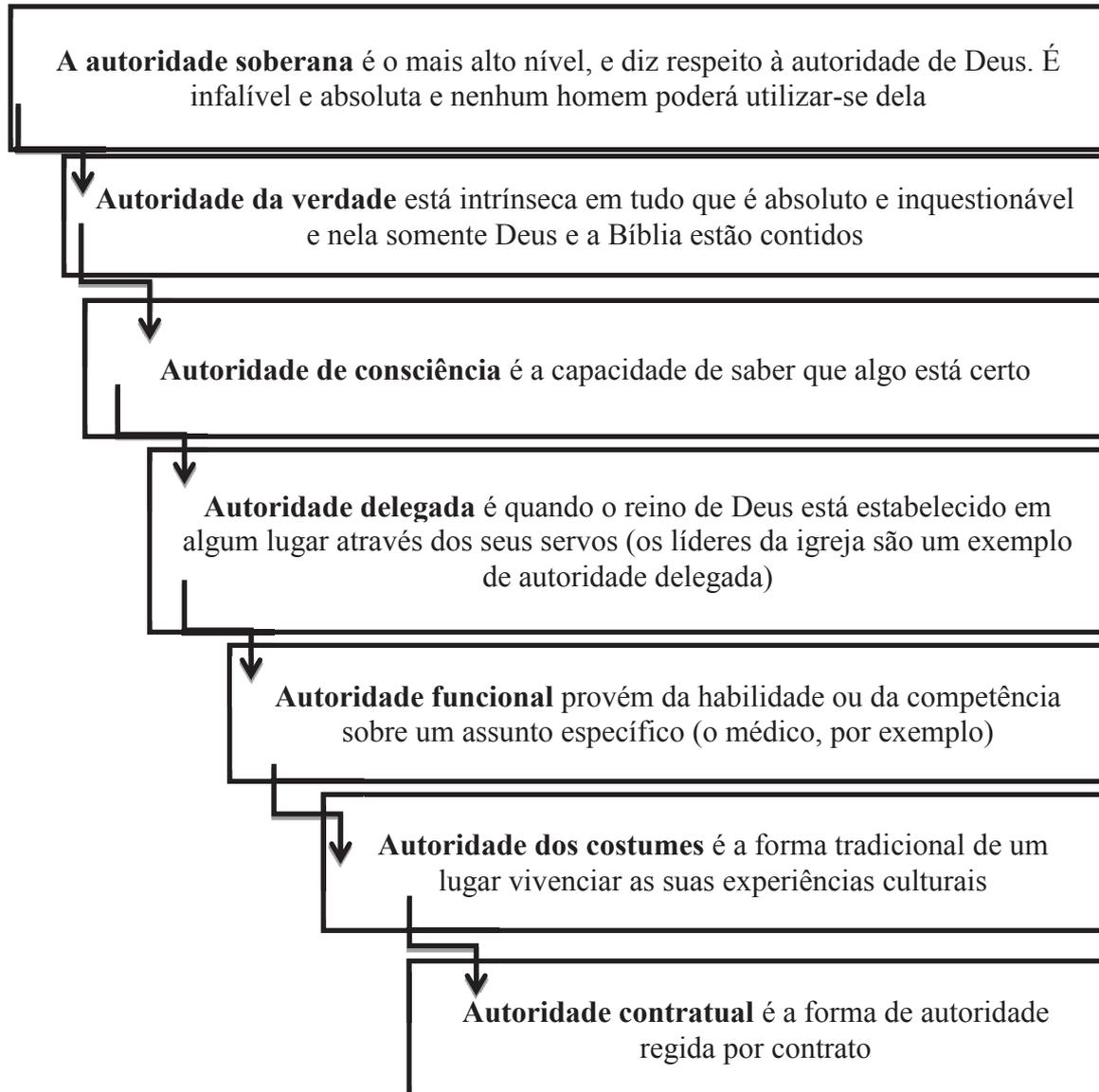
A Videira – igreja em células é uma expressão religiosa e, como tal, também é regida pelos princípios teóricos que a embasam. Como expressão religiosa ela tem em si aquilo que Geertz identifica em toda religião:

Um sistema de símbolos que atua para estabelecer poderosas e penetrantes e duradouras disposições e motivações nos homens, através da formulação de conceitos de uma ordem de existência geral, vestindo essas concepções com tal aura de fatualidade que as disposições e motivações parecem singularmente realistas (GEERTZ, 2012, p. 67).

Os símbolos que atuam no meio desta representação religiosa, estabelecem disposições e motivações e os conceitos são concretizados pelos seus líderes que buscam, com isso, sustentá-los e dar-lhes sentido. Na Igreja Videira, um desses símbolos mais fortes é o discurso da autoridade espiritual. A doutrina da autoridade espiritual visa fazer com que o fiel associe sua prática religiosa como fundamental para o bom andamento da sua própria vida. “Toda autoridade tem o seu nascedouro em Deus” (SILVA, 2011 p. 15), sendo assim, se alguém está em Deus, está seguro. E Deus fala justamente através do líder da igreja. Essa doutrina parece ter força e significado na vida do fiel como condição indiscutível. Portanto, ser obediente é mais importante do que agir corretamente dentro de uma moral.

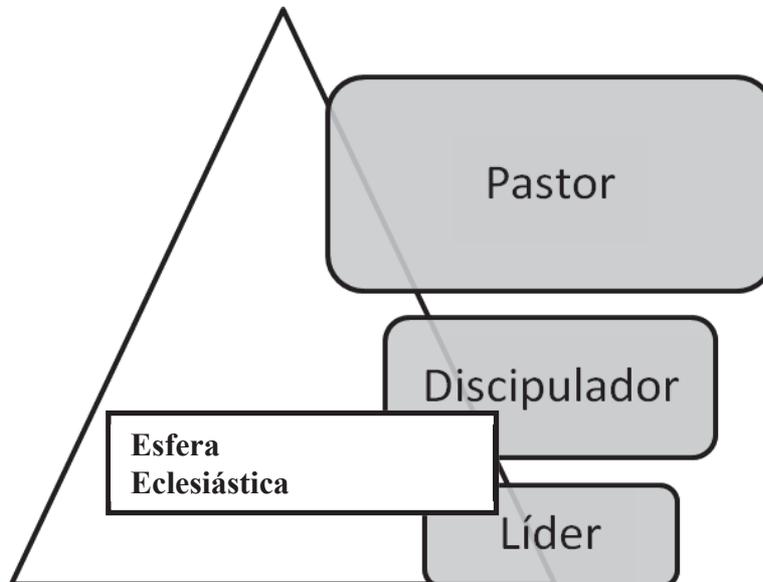
Como a estrutura dos pequenos grupos da Videira (células) é elaborada para que a liturgia seja completa, e até mesmo pelo esforço pela internalização do *slogan* “cada casa uma igreja, cada membro um ministro”, a teologia da autoridade espiritual serve como o cabo de aço que prende cada elo desta cadeia, uns aos outros, e ao núcleo dos líderes fundadores. Logo, qualquer violação desse princípio será atribuída a um pacto com o próprio Lúcifer. Na visão descrita no manual da Videira, o desobediente, ao violar a autoridade, deixa de seguir a Deus e assume para si o princípio de Lúcifer, a saber, o primeiro a não aceitar a autoridade de Deus (SILVA, 2011, p. 16). E ao compreender o que é ser submisso, têm-se abertas as portas que o levarão ao entendimento do ensino e da visão dos vencedores: “vencedores não são apenas aqueles que receberam a salvação, mas os que foram salvos e se encontraram com a autoridade” (SILVA, 2011, p.16).

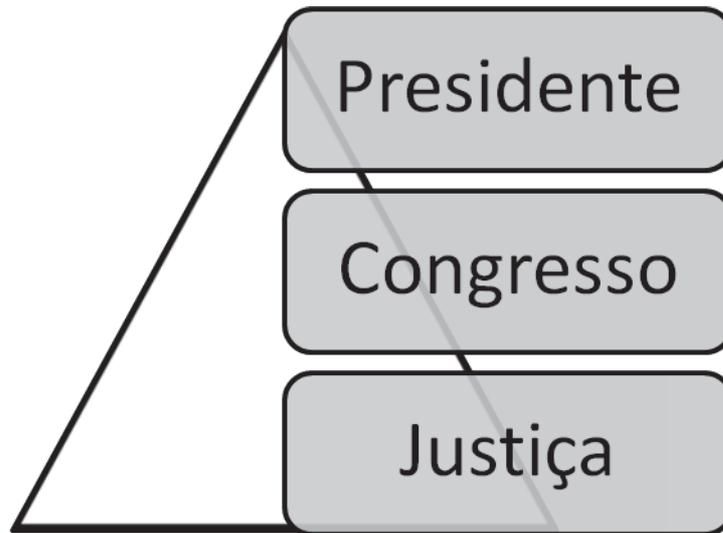
A autoridade espiritual, segundo a Videira, possui sete tipos que estão divididos em ordem hierárquica, tal como apresentado no gráfico a seguir, elaborado pela própria Igreja Videira.



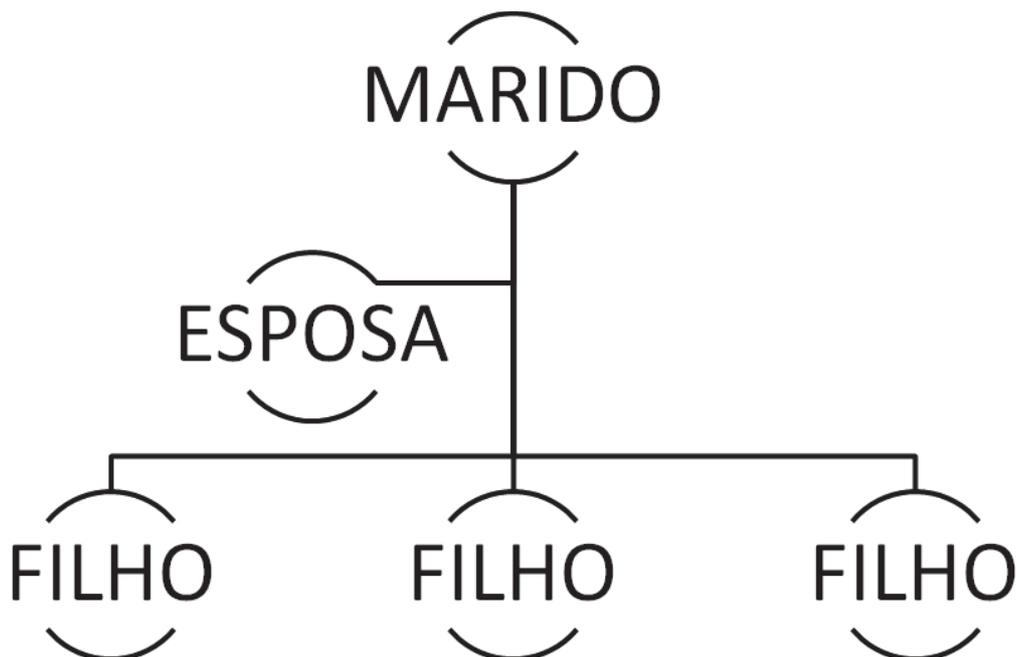
Todos estes estratos de autoridade contemplam a vida normal de um crente da Videira – igreja em célula. Submetendo-se a cada uma delas ele poderá, dependendo do nível em que se encontre, exercer também a autoridade sobre outros. Há casos onde a desobediência é até estimulada como meio de obedecer. Por exemplo: se uma lei obrigar ao fiel desobedecer ao seu pastor, deve-se desobedecer a lei e obedecer ao pastor, pois a Bíblia é maior do que as leis de um país.

Esta doutrina ainda afirma que existem autoridades que foram constituídas por Deus e que estão em diversos ambientes, inclusive fora da esfera da igreja. Há, segundo o pastor Aluízio, três ambientes onde a autoridade deve ser respeitada (SILVA, 2011, p.21): a) A esfera da autoridade pública, pois todas as autoridades foram constituídas por Deus e devem ser honradas; b) A autoridade na esfera da igreja: há uma ordem explícita de Deus para que se honrem os presbíteros, dando primazia aos mais velhos (apesar de um alerta de que a primazia da idade espiritual é mais importante) e a observação de que a mulher não tem autoridade nenhuma na igreja; c) E a esfera da família: há uma ordem hierárquica na família, na qual o homem assume o papel principal; a mulher e os filhos são coadjuvantes (SILVA, 2011, p. 22), conforme os gráficos abaixo:





Exemplo de autoridades públicas: governador, vereadores, prefeitos, juízes, policiais etc.



Modelo de autoridade na esfera familiar.

Ao concordar com os termos da autoridade espiritual, o crente recebe a promessa de ser agraciado com a vitória. Há também a promessa de que Deus honrará com bênçãos, aqui na terra, todos os filhos e filhas que optem por esse caminho (SILVA, 2011, p.33).

O pastor Aluizio faz alusão à honra que lhe prestam como profeta, como uma possibilidade das pessoas serem abençoadas por isso, conforme o autor declara em relação a si mesmo:

[...] tenho sempre percebido que minha unção depende muito de como as pessoas me recebem. Em lugares onde sou honrado como homem de Deus a minha unção flui muito mais e as pessoas recebem aquela unção como recompensa (SILVA, 2011, p. 33).

A teologia da autoridade espiritual estabelece os parâmetros para assegurar a dependência do fiel em relação ao núcleo central da Videira. O estímulo ao espírito empreendedor de cada membro, a fim de multiplicar as células, evita-se o desmembramento, impedindo dessa maneira que “esta filial” (ou célula) se torne um agente independente. É claro que nenhum grupo consegue ser homogêneo a tão ponto que não venha sofrer rupturas ou cismas. Não foi possível trazer na presente pesquisa dados concretos sobre os casos de indisciplina e divisão conhecidos deste pesquisador na Igreja Videira.

2.3 A TEOLOGIA DA UNÇÃO DO MÉTODO³²

O sucesso aparente do empreendimento religioso da Videira acontece motivado pela forte ênfase que ela coloca no modo como ela estabeleceu o método de ser uma agremiação religiosa. Conforme mostramos no primeiro capítulo, a Videira entende que seu método de igreja em células é uma visão revelada por Deus e que situar-se fora desta perspectiva é estar em pecado.

Carreiro (2007) afirma que é possível perceber a centralidade da ação racional e da tese do mercado como plataformas que explicam as ações dos atores religiosos frente às novas configurações que o campo religioso vem passando nos últimos anos. Nesta racionalidade torna-se possível fazer escolhas sem constrangimento; no mercado religioso se trata de construir um empreendimento que

³² Teologia da Unção do Método é uma expressão criada por mim; ela surgiu da leitura da tese de Paulo R. R. Passos (PASSOS, 2012), quando ele relata: “Certo dia, participando de um culto da igreja [Fonte da Vida] em Brasília, comecei um diálogo com uma senhora, uma mulher bem vestida, comunicativa e com um vocabulário bem sofisticado; ela me disse que a unção recebida na igreja a empoderava, ou seja, lhe concedia uma força que ela manejava cotidianamente na sua vida”. É justamente neste sentido de empoderamento que o termo *unção* foi utilizado. Há um empréstimo de uma “força divina” ao método.

dê lucro, minimizando-se as perdas como algo já incorporado desde o princípio, conforme explica o autor:

Nesse ambiente competitivo, as firmas religiosas que se instalam possuem poucas possibilidades de escolha e são constrangidas a abandonar algumas estratégias organizacionais e modificar sua estrutura na tentativa de melhorar sua situação no mercado tornando-se mais atraentes frente à clientela (CARREIRO, 2007, p. 44).

A teologia da unção do método consiste em proteger o modelo de igreja em células desenvolvido pela Videira. No livro *Manual da visão de Células*, escrito pelo pastor Aluízio estão contidas as bases que estabelecem os princípios norteadores da *visão*. O livro está dividido em vinte e nove capítulos que abordam questões teóricas e práticas sobre ela. O modelo de igreja em células ganha contornos de revelação divina; no sermão proferido em 27.11.1998, no local da primeira sede, na rua c-24, Jardim América, Goiânia, Goiás pastor Aluízio declara:

Quando o Senhor começou a nos abrir o entendimento a respeito de grupos, de células, a princípio a nossa ideia era apenas fazer a igreja crescer. Nós queríamos crescer, queríamos alargar as tendas, queríamos ganhar almas, nós então ouvimos dizer a respeito da Coréia, do pastor Paul Yonggi Cho, que havia crescido enormemente e nós começamos. Deus de fato estava por detrás daquilo, com o passar do tempo nós crescemos mesmo. Começamos com doze grupos, na Fama (Ministério Luz para os Povos), mais ou menos quatrocentos membros, e crescemos dez vezes mais, crescemos mil por cento em apenas quatro anos. De 1990 a 1994 crescemos mil por cento por causa dos grupos. Foi muito bom, só que no decorrer do processo o Senhor começou a nos mostrar algo mais, além do crescimento numérico começamos a entender que a visão de células, meus irmãos, é o mover de Deus para o próximo século, se Jesus não voltar por agora, eu quero dizer para você que todas as igrejas vão entrar na visão de células mais cedo ou mais tarde, seja ela Batista, Presbiteriana, Assembleia de Deus, igreja livre, independente, igreja denominacional o que for! Até a Igreja Católica! Ouça o que estou falando para você: até a Igreja Católica! Todos vão entrar pra mover de células (sic) porque os grupos familiares (células) são o mover de Deus. E o que o Senhor nos mostrou nesse processo todo, meus irmãos? Que as células, os grupos, determinam o estilo de ser igreja [...].

A teologia da unção do método se torna plausível pelo forte apelo ao profetismo, conforme se lê na acima na transcrição de um sermão do pastor Aluízio. O “assim diz o Senhor”, que era uma característica do profetismo no Antigo Testamento, legitima o modelo de células como algo que veio diretamente do trono divino. A partir da construção racional de um modelo com o invólucro do sagrado percebem-se os fundamentos centrais desta teologia.

2.3.1 O MÉTODO COMO REVELAÇÃO DIVINA

Em termos gerais, a teologia da unção do método trata de responder à questão: “qual modelo permite concretizar o projeto de Deus?” (SILVA, 2010, p. 81) e de como o crente da Videira precisa enquadrar-se no modelo de igreja em células, conforme afirma o pastor Aluízio: “precisamos seguir os princípios de Deus quando fazemos a obra de edificação da Igreja. Na obra de Deus, tudo precisa ser feito de acordo com o modelo que nos é mostrado no monte” (SILVA, 2010, p. 67). O que foi “mostrado no monte³³” está sistematizado em princípios “absolutos da visão” conforme mostra a tabela abaixo, elaborada pelo pastor Aluízio:

Princípio Absolutos da Visão	Do que trata
1) O centro do Coração de Deus é ter filhos	Trata da multiplicação de membros
2) Jesus é nosso único ponto de referência e o ensino dos apóstolos é a nossa base de edificação.	Ênfase no estudo do Novo Testamento em detrimento do Antigo Testamento
3) A ordem de Jesus é que façamos discípulos e não frequentadores de cultos	Todos devem gerar, capacitar e enviar discípulos. Todos são responsáveis pela multiplicação da célula.
4) A única pregação que gera discípulos é a pregação do evangelho do Reino.	Ênfase na pregação do galardão no milênio de Cristo.
5) Praticar o discipulado pessoal, mas não ignorar a importância do ensino e do treinamento em grupo	Todos devem estar em uma célula, como discípulos, e devem frequentar os cursos e seminários promovidos pela igreja sede
6) A estratégia de Deus para cumprir seu propósito é o ministério de todos os Santos.	Ênfase na prática do serviço e uso dos dons (carismas) que cada crente tem dentro da célula
7) Todo reconhecimento ministerial deve ser pelo fruto do trabalho	O crescimento dentro da hierarquia vem pela meritocracia (quanto mais multiplicar uma célula, mais degraus são alcançados)

³³ “no monte” refere-se a entrega das tábuas da Lei a Moisés no monte Sinai (Êxodo 34. 27,35).

8) Os líderes devem ser modelo para o que querem que os demais discípulos sejam e façam	Ênfase da liderança pelo exemplo
9) Todo ensino e toda estrutura devem manter-se na simplicidade	Ênfase no ensino que leva à multiplicação. Desprezo pelo ensino amplo das Escrituras. Foco no que pode levar a célula a multiplicar-se
10) Tudo na igreja local se faz nas células e a partir delas	Ênfase na concepção de que este modelo de igreja vem do Novo Testamento e foi revelado por Deus para que todos o executem

Tabela “princípios absolutos da visão” e do que se tratam cada princípio. Fonte: (SILVA, 2010, p. 67-81).

É possível perceber que os princípios “absolutos da visão” estabelecem os mecanismos para proporcionar a multiplicação das células. Mesmo contendo em si a declaração de ser um modelo dado pelos céus, o que se presume infalível pela característica do seu elaborador (DEUS), é necessário seguir à risca os princípios declarados. Não é considerado um bom líder de célula aquele que não observa obedientemente estes parâmetros, portanto, não está apto a graduar-se no esquema. Assim como nos modelos de franquias comerciais³⁴ onde há um manual que estabelece os limites aos franqueados que resguardam a manutenção da imagem original da empresa, a sua qualidade e prestígio na sociedade, também a Videira sistematizou dentro da sua teologia da Unção do Método os princípios que compõe a estrutura do pequeno grupo (célula).

Além dos princípios enunciado, existem os mandamentos para cada líder e discipulador tornar-se guardião da visão de célula. Segundo o pastor Aluízio: “Se desejamos manter a direção, precisamos ser radicais na prática de alguns valores” (SILVA, 2008, p. 123). Eles consistem basicamente nos mesmos princípios do gráfico exposto acima, acrescentando que a célula não pode, de maneira alguma, se tornar uma congregação independente, e que todas deverão estar sob alguma supervisão. Não é permitida a presença de pastores de outras denominações no

³⁴Fonte: <http://www.portaldofranchising.com.br/artigos-sobre-franchising/10-dicas-praticas-para-obter-sucesso-com-as-franquias> acesso em 08-01-2014

grupo, e nenhuma outra atividade, religiosa ou não, pode concorrer com as atividades promovidas pela célula.

Percebe-se que existe por trás do esquema minucioso e rigoroso uma grande preocupação com a padronização do empreendimento. Cada líder de célula deve cuidar para que tudo seja realizado conforme dispõe a matriz. O seu supervisor/discipulador direto enviará os relatórios, e o pastor da rede confirmará se não há algum ponto fora da curva na aplicação do modelo. Para verificar se a célula está “saudável” ou se precisa de ajustes, o supervisor faz uso dos relatórios enviados regularmente pela célula. Constatando alguma divergência ou anomalia, o ponto de partida é observar quem são os responsáveis pelo aparente insucesso. A “culpa” recai sobre as pessoas, pois o método, conforme já analisado, não contém erros, é infalível dada a sua origem na revelação feita pelo próprio Deus.

Assumindo o princípio de inerrância, a Videira estabelece parâmetros para que se faça o cálculo sobre o desempenho da célula e para concluir sobre seus resultados. Nas palavras do pastor Alúzio:

Normalmente uma célula passará por quatro fases: comunhão, edificação, evangelismo e multiplicação. A duração média de uma célula fica entre seis meses e um ano, quando, obrigatoriamente, terá de se multiplicar. Após a multiplicação, as duas células resultantes são considerados células novas. É como tais, talvez tenham de passar novamente por esses quatro estágios (SILVA, 2008, p. 113)

A teologia da União do Método visa resguardar, a qualquer custo, a presença de “aventureiros” que desvirtuem a “visão”.

A proposta desta pesquisa é a análise dos escritos produzidos pela Igreja Videira e como ela estabelece os seus parâmetros para ação no cotidiano da igreja. A construção de todo este discurso teológico da Igreja Videira surge como resposta às ações já exercidas pelas células. O modelo foi sistematizado a partir da prática da vida cotidiana da célula.

3 A IGREJA VIDEIRA E O USO DO MARKETING MULTINÍVEL

Como vimos no primeiro capítulo dessa pesquisa, a Igreja Videira procurou estabelecer através de seus fundadores, um modelo de igreja que fosse altamente eficiente dentro de um mercado muito competitivo como é o mercado religioso neopentecostal brasileiro. Entende-se que esta é uma ação racional, portanto aqui, classifica-se como uma ação de mercado de quem visa maximizar os lucros e diminuir as perdas. Entende-se que nem toda ação racional é uma ação de mercado. O que está sendo dito é que a igreja incorporou a racionalidade do mercado na sua gestão e nas suas estratégias de crescimento. A ação racional segue uma dinâmica racionalizadora, que economiza custos, traça estratégias para atingir um fim, usa tudo como meio para um fim preestabelecido. Esta racionalização modernizadora, que está por trás do movimento da secularização, é a mesma que weber identifica como sendo a racionalidade presente na economia de mercado.

Ao associar mercado e religião, expressões de campos distintos, construímos a ideia de que dentro do ambiente religioso encontrar-se-ão características “típicas” do mercado: competição agressiva, acumulação, exclusão, recompensa dos vencedores e punição dos fracassados.

A secularização empurra para o mundo privado tudo o que se refere à esfera religiosa, tornando a religião cada vez mais um assunto particular, subjetivo e específico. Este deslocamento apresenta para o campo religioso a liberdade individual de escolha. Sem a interferência do Estado que ora era protetor, ora era o legislador da religião, o indivíduo pode agora manipular, pensar, criar e recriar a religião segundo suas expectativas pessoais e subjetivas.

Faz-se necessário especificar melhor os significados específicos que foram tomados da economia e transferidos para a esfera religiosa, pois quando abordamos o campo religioso com as categorias do mercado. Guerra (GUERRA, 2003, p. 2) afirma:

A primeira tendência, resultante da introdução da lógica da mercadoria na esfera da religião, é a transformação das práticas e discursos religiosos em produtos, introduzindo os modelos de religiosidade no mundo do consumo e do mercado. A segunda, uma consequência da primeira, refere-se aos aspectos de reestruturação

das atividades organizacionais em termos da administração de sistemas de input e output, na direção de uma crescente racionalização das atividades.

O mercado religioso segue uma lógica e nela encontramos alguns princípios importantes que merecem destaque. Dentre eles a liberdade individual para que cada agente religioso possa escolher como e onde fazer uso dos bens religiosos oferecidos a ele; e a ausência do Estado como ente regulador ou protetor dando liberdade para qualquer indivíduo fundar uma firma religiosa (CARREIRO, 2007). Esta liberdade fruto do rompimento do Estado com a religião, especificamente no Brasil, tornou possível a pluralidade religiosa, pois segundo Guerra: “na medida em que uma economia deixa de ser regulada ela torna-se pluralista” (GUERRA, 2003). O resultado imediato deste pluralismo é a presença e o estabelecimento diversificado de firmas religiosas que num mercado aberto à competição utilizam-se de meios criativos para atraírem novos consumidores aumentando seu lucro (mais fiéis). O sucesso ou não em se estabelecer no mercado religioso num ambiente onde o Estado não interfere, passa a ser de total responsabilidade de cada empreendimento. A outra tendência apontada por Guerra (2003) é que em havendo liberdade e pluralidade as firmas religiosas tendem caminhar para especialização.

É justamente nesta liberdade religiosa que encontramos o ambiente perfeito para que a livre concorrência religiosa encontre seus próprios meios. Assim, a Igreja Videira Igreja pode importar e adaptar o modelo das células para conquistar, consolidar, treinar e enviar seus clientes ao encontro de novos clientes, tornando-os não só uma clientela a ser conquistada, mas também fornecedores de bens de salvação a outros, como ocorre nas vendas realizadas por empresas que utilizam o método do marketing multinível (MMN).

3.1 O MERCADO RELIGIOSO

Para atendermos satisfatoriamente o desafio de conceituar o que venha ser o mercado religioso é importante analisarmos as bases deste mercado a partir da sociologia. A tese do mercado religioso parte dos pressupostos que as teias

relacionais que este ambiente produz têm como bases a racionalidade, a secularização, a liberdade e a pluralidade religiosa.

A partir da racionalização das ações dos indivíduos que inseridos no seu contexto, podem calcular seus atos a partir do desejo de “viver da melhor forma possível, pelo maior tempo possível”³⁵, pois “a ação racional é da espécie orientada a fins quando envolve a devida consideração de fins, meio e efeitos secundários” (WEBER, 1987, p. 43). Quando aplicado à religião isso tornou possível a escolha da expressão religiosa que melhor convém ao indivíduo; em contrapartida, os agentes religiosos se adaptaram à nova racionalidade para melhor atender a sua clientela, criando um mecanismo que sustenta a economia: a lei da oferta e da demanda.

A teoria da escolha racional (*rational choice*) desenvolvida por Rodney Stark, Roger Fink, William Bainbridge e Laurence Iannaccone, segundo MOREIRA (2012): “afirma fundamentalmente que os mesmos princípios que regem a ‘economia de bens econômicos’ pode ser aplicadas à ‘economia de bens religiosos’”. Ricardo Mariano (2008) no artigo em que aponta os usos e limites esta teoria, afirma que o ambiente da religiosidade brasileira que é plural, competitiva e desempenha suas atividades em um mercado sem a presença reguladora do Estado (como no regime antigo), faz com que a tese da escolha racional seja profícua, pois possui alguns predicados:

Tanto por se destacar nesse mercado como por seu denodo proselitista, a vertente pentecostal compõe objeto de pesquisa que se encaixa como uma luva nessa perspectiva teórica. Pois, do lado da oferta, diversas igrejas pentecostais apresentam ampla disposição para enfrentar a concorrência, competir por mercado, fazer proselitismo, criar novas demandas, exigir compromisso exclusivo dos adeptos, adotar técnicas publicitárias, estratégias de *marketing* e métodos de gestão e organização típicos da racionalidade econômica (MARIANO, 2008, p. 61)

Alejandro Frigerio (FRIGERIO, 2008) escreve a respeito do paradigma da escolha racional, afirmando que as maiores críticas que o modelo tem recebido é sobre os pressupostos que justificam o porquê as pessoas realizam determinada escolha por um tipo de religião. Frigerio aponta que o paradigma da escolha racional tem em sua natureza o indivíduo como o agente central, pois na escolha por maximizar o lucro e minimizar o prejuízo,

³⁵ Professora Carolina Teles Lemos (anotação de aula, 2012)

[...] todas as ações baseadas no que parecem ser, para o ator, “boas razões”, razões que são “boas” na medida em que “se baseiam em conjeturas plausíveis”. Quaisquer que tenham sido as boas razões para realizar a escolha, a imputação de racionalidade sempre presume a presença de esforços subjetivos para avaliar as recompensas antecipadas em relação aos custos antecipados, ainda que tais esforços possam se inexatos ou algo casuais (sic). (STARK; FINK, 2000, p. 37 apud FRIGÉRIO, 2008, p. 19).

Assim, “dentro dos limites de sua informação e compreensão, restringidos pelas opções disponíveis, guiados pelas suas preferências e gostos, os humanos tentam realizar ações racionais” (STARK; FINK, 2000, p. 85 apud FRIGÉRIO, 2008, p. 20). Portanto, temos como plausível a escolha pessoal, mesmo que com as interferências externas catalizadoras como os valores individuais, as influências sociais, *status*, mobilidade social e normas de grupo. Basta atentarmos para o trânsito religioso brasileiro, constatado na pesquisa de Almeida e Monteiro (2004), segundo a qual mais de vinte e seis por cento da população brasileira havia mudado de religião pelo menos uma vez na vida, para verificarmos que a concorrência, ação típica dos mercados, pode ser verificada também na religião. Para os pesquisadores a não justifica o uso da metáfora do mercado como base para explicar este fenômeno. No entanto seus dados apontam para o que se pode entender como resultado da racionalização no mundo moderno na vida religiosa.

A religião hoje é tratada como uma mercadoria, que pode ser escolhida na prateleira por qualquer pessoa que, segundo seu gosto pessoal associado às suas necessidades e isso implica num aperfeiçoamento do atendimento, na organização interna dos ofertantes da religião para a fidelização dos seus clientes. A figura abaixo ilustra sinteticamente os caminhos percorridos pelos clientes religiosos em busca de uma melhor adequação às suas realidades e às suas carências “espirituais”:

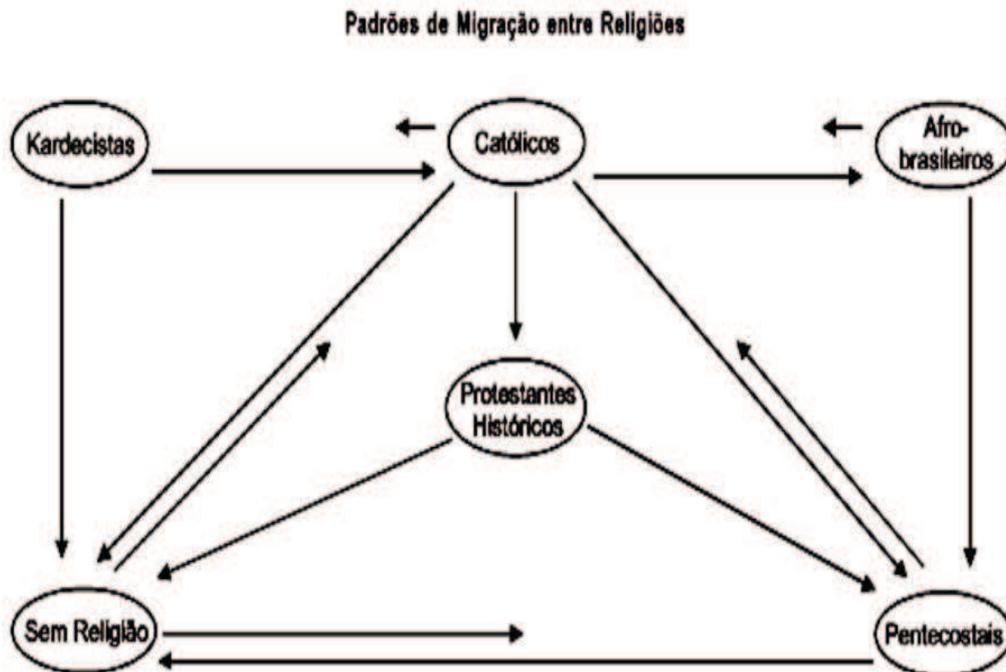


figura: Padrões migração entre religiões (ALMEIDA e MONTEIRO, 2004)

Ricardo Mariano corrobora com os dados obtidos por Almeida e Monteiro. Em seu artigo Mariano propõe ao analisar os dados do censo religioso 2010 realizado pelo IBGE, que de fato o fenômeno da migração religiosa continua com alguma frequência e com uma novidade (MARIANO, 2013):

Nada menos que sete denominações evangélicas, três pentecostais e quatro de missão, perderam fiéis entre 2000 e 2010, algo inédito na história dos evangélicos no país: a Congregação Cristã no Brasil passou de 2.489.079 para 2.289.634 adeptos (perda de 8%); a Igreja Universal do Reino de Deus, de 2.101.884 para 1.873.243 adeptos (-10,8%); a Casa da Bênção, de 128.680 para 125.550 (-2,4%); a Igreja Evangélica Luterana, de 1.062.144 para 999.498 (-5,9%); a Igreja Evangélica Congregacional, de 148.840 para 109.591 (-26,4%); a Igreja Evangélica Presbiteriana, de 981.055 para 921.209 (-6,1%).

Frigério ainda acentua que uma característica da religião na América Latina é a capacidade do indivíduo de eleger entre as tantas opções religiosas uma que lhe caiba bem, estes indivíduos transitam bem entre as mais diversas expressões religiosas, ou até “somam ou combinam algumas alternativas durante determinados momentos da vida” (FRIGERIO, 2008). Este movimento gera a possibilidade de aferição dos bens religiosos e o seu valor de mercado. Quanto menos um bem religioso presente numa expressão religiosa gera trânsito significa que o mesmo vem obtendo “lucro”.

A plataforma que torna isso possível, como já afirmado anteriormente nesta pesquisa, é a secularização. Deve-se compreender a secularização como a transposição da religião para o mundo subjetivo. A contribuição que a pesquisa buscou para fundamentar-se está em Weber por ser o autor que melhor explica o fenômeno religioso contemporâneo. Porém é preciso olhar com cuidado alguns postulados deste autor, por isso Pierucci afirma que existe um equívoco que pode por a perder o conceito de secularização. Ele afirma que para Weber a secularização era em sua época um fato já verificável, como valor cultural a religião já havia esgotado a sua força de influência, assim o que temos é uma confusão entre desencantamento do mundo e secularização que são categorias distintas. O desencantamento é a racionalização da religião, já presente no judaísmo antigo e também no cristianismo. Portanto, pode-se concluir que a secularização é uma ação externa que vai de encontro à religião, enquanto o desencantamento do mundo surge dentro do contexto da própria religião. Pierucci (2000, p. 122) diz:

Enquanto o desencantamento do mundo fala da ancestral luta da religião contra a magia, sendo uma de suas manifestações recorrentes a perseguição dos feiticeiros e bruxos, a secularização por sua vez, nos remete à luta da modernidade cultural contra a religião, tendo como manifestação empírica no mundo moderno o declínio da religião como potência *in temporalibus*, seu *desestablishment*, a depreciação de seu valor cultural e sua demissão / libertação da função de integração social.

A secularização levou a religião para o campo da subjetividade, levou-a para a esfera privada. E é exatamente esta característica que possibilita que o indivíduo numa realidade onde a religião é livre, diferenciada e pluralista escolha, e se ele pode escolher, há quem se especialize em atender da melhor forma possível as demandas que surgem.

Neste contexto de religião secular o resultado é a liberdade religiosa. Com a religião confinada à esfera privada, o sujeito passa a ter uma autonomia para não só escolher, mas também modificar, criar, recriar a religião conforme as suas predileções. Com a ausência do Estado como gestor e guardião da religião oficial, criou-se a possibilidade e o ambiente propício para a proliferação de uma gama infinita de possibilidades religiosas. É isso que assinala Mariano (2013) sobre os dados coletados no censo 2010, quando se observa que o número de evangélicos sem uma igreja determinada é de 9.218.129, um aumento de quase 800% em

relação aos dados do censo anterior. Este dado demonstra, segundo Mariano, uma fragilidade do IBGE, que já é histórica, em saber mensurar o campo religioso brasileiro com suas pesquisas.

O pluralismo religioso é o resultado da maturidade da modernidade e dos desdobramentos causados pela crescente fortalecimento da individualidade; parte deste fator pode ser creditado à racionalização da religião. A pluralidade assume o papel importante como fator que potencializa os arranjos necessários para a existência de um mercado religioso brasileiro. É oportuno lembrar que a pluralidade religiosa só se torna possível dentro de um contexto onde o Estado, a sociedade e os agentes religiosos convivem dentro de um ambiente da legalidade jurídica que assegura a manifestação livre de consciência e propagação (proselitismo) religioso.

Ao ser assegurado a possibilidade de escolha por uma religião, o indivíduo também acaba possuindo também a possibilidade de criar a sua própria religião, e quem recebe maior influência destas possibilidades emprestadas ao sujeito são as igrejas evangélicas. A cada censo percebe-se uma fragmentação de ofertas religiosas; segundo os dados do IBGE já são mais de nove milhões de brasileiros sem um pertencimento denominacional definido. É neste contexto que a Videira consegue se estabelecer como uma oferta religiosa plausível, porque ela abre suas portas oferecendo dentro do mercado religioso uma nova forma de ser igreja, impõe aos seus concorrentes a necessidade da adequação. Para ilustrar a influência que as novas expressões religiosas podem provocar em instituições centenárias apresenta-se o exemplo colhido em campo por Moab César Carvalho Costa (2011). Na sua dissertação de mestrado ele afirma:

Embora tenha tido poucas citações por parte dos entrevistados [o mercado religioso], é um dos responsáveis diretos pelas mudanças, pois divide o poder simbólico e fragmenta o poder de influência política. Nos últimos 15 anos, dezenas de novas igrejas surgiram na cidade de Imperatriz. Entre elas se destacam a Igreja Nova Aliança, Comunidade Nova Vida, Igreja Maranata e Comunidade Shalon. Com o foco voltado para o público jovem, e sem rigor doutrinário, em relação aos usos e costumes, atraíram milhares de jovens assembleianos para os seus templos.

O campo econômico se desloca para o campo religioso como formador de significado e representações estabelecendo uma percepção do mundo (HOUTART, 2003). As novas percepções de mundo formam uma cultura expansionista nas

igrejas evangélicas de recorte pentecostal. Nelas acontece uma resignificação do conceito de evangelização, que é a de apresentar a mensagem do Cristo através de um produto tecnológico, ou de um tipo de aplicativo de smartphone; ao final do dia, há a contabilização da quantidade de pessoas que o grupo conseguiu associar. Sai da esfera mais ampla do entendimento do reino de Deus, onde todos devem ser irmãos e irmãs, para reduzir-se a quantas pessoas estão associadas a esta ou aquela *visão*. A lógica do mercado estabelece que as relações humanas possuam algum valor e fins que estão ao seu serviço, podendo então modifica-las, reorganizá-las utilizando-as como ferramenta ou meio para alcançar o lucro. (GUERRA, 2003)

A percepção da religião como um empreendimento no qual a validade, a eficiência ou a autenticidade divina estão atreladas ao número de frequentadores dos cultos, ou número de células abertas como é o caso da Videira, é a nova cosmovisão sobre a tarefa da Igreja. Por isso, caso alguém não concorde com a estratégia adotada pelo grupo a qual faz parte, sem constrangimento algum, ele abrirá uma porta ao lado e concorrerá com o grupo de que outrora fizera parte.

Na luta por manter seus “fiéis”, as expressões religiosas adaptam-se ao mercado ou usam do artifício de amaldiçoar os crentes que namoram com outras expressões. Este é o caso, por exemplo, de Davi Miranda, fundador e líder de uma das mais antigas igrejas pentecostais do Brasil, a Deus é Amor³⁶, que num sermão proferido na tarde de 29 de dezembro de 2013 ameaça com a maldição da morte os fiéis da IPDA que estão em outras denominações³⁷:

Eu quero falar com os irmãos e irmãs que eram da Deus é Amor, que se converteram a Jesus na igreja Deus é a Amor, que o divino Espírito Santo está me revelando que vocês que foram para outras igrejas, que estão doentes e enfermos, que vocês vão morrer! Preparem-se para encontrarem com a morte, quem me revela é o Espírito Santo, porque você me prometeu que nunca deixaria a Igreja Deus é Amor. A Bíblia diz que é melhor não prometermos do que prometermos e não cumprirmos, e o Espírito Santo estão também me revelando, que na oração que fizemos e todos que aceitaram Jesus que forem para outro ministério vocês também não vão aturar muitos dias.

³⁶ A Igreja Pentecostal Deus é Amor (IPDA), foi fundada pelo missionário David Martins Miranda em junho de 1962. Segundo seus próprios dados, que não puderam ser verificados por fonte independente, esta igreja conta com mais de 11 mil igrejas em 136 países. Disponível em: <<http://www.ipda.org.br/>>. Acesso em 26 de janeiro de 2014.

³⁷ Áudio disponível no site: <http://noticias.gospelprime.com.br/david-miranda-deus-e-amor-morrer/> acesso em 26 janeiro de 2014.

Outro episódio que ilustra bem este modelo de contenção dos membros, é o vídeo em o que o bispo Edir Macedo *interroga* o demônio de que estava possuída uma mulher; o demônio confessa a Edir Macedo que ele era o mesmo que estava gerenciando a Igreja Mundial do Poder de Deus³⁸, a maior concorrente da IURD. No vídeo assiste-se ao diálogo:

Bispo Edir Macedo – “o demônio falou agora que ela, ele, queria que ela ficasse lá na Mundial”
 Pastor Auxiliar – “sim, é isso sim senhor”
 Bispo Edir Macedo – “é isso demônio!”
 Mulher (com mãos para traz gritando) – “é isso!”
 Bispo Edir Macedo – “por você queria que ela ficasse lá na Mundial?”
 Mulher – “Lá ela só se envolvia com sentimento, ela tava (sic) cansada de tanto sentimento, ela não tava (sic) crendo em mais nada, ela queria uma solução pra seu casamento dela, pra vida dela, quando ela parou pra pensar, não, que que tá valendo a pena, ela que tava (sic) ganhando tantas almas através dela, só que eu não consegui, não consegui, essa maldita! Essa desgraçada! Só que o coração dela estava aqui neste altar! Eu odeio este altar! Eu queria que ela fosse pra lá (Igreja Mundial)”
 Bispo Edir Macedo – “Quer dizer que você é o espírito que está atuando na Mundial? É isso?”
 Mulher – “ É isso mesmo” – risadas
 Bispo Edir Macedo: “Que que você está fazendo lá (Igreja Mundial)?”
 Mulher – “Estou colocando sentimento no coração do meu servo (Apóstolo Valdomiro Santiago)³⁹”
 Bispo Edir Macedo: “Ah é? Que servo?”
 Mulher – “Valdomiro Santiago”
 Bispo Edir Macedo: “Ele é teu servo?”
 Mulher – “Sim é meu servo”.

A Igreja Mundial do Poder de Deus aparece no censo de 2010 com trezentos e quinze mil membros oriundos quase todos da Igreja Universal do Reino de Deus (MARIANO, 2013), esta disputa por espaço e novas clientelas, passa por apregoar que na concorrência o produto oferecido é o de pior qualidade e da pior procedência. Este também é o viés escolhido pela Videira, utilizando um discurso amparado na unção do método (cf. descrito no capítulo II) ele desqualifica quaisquer outros concorrentes com os seus métodos.

Destacam-se nesta pesquisa dois atores importantes na análise do mercado religioso, as firmas e os consumidores. O indivíduo que é capaz e possui liberdade de escolha dentro de um cenário de racionalização, como apresentando a pouco, buscam maximizar os ganhos e é justamente isto que lhe caracteriza como consumidor. As expressões religiosas em contrapartida, remodelam-se e adaptam-

³⁸ Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=N9WDiG-UnIM> acesso em 26 de janeiro de 2014.

³⁹ Líder e fundador da Igreja Mundial do Poder de Deus. Ele foi bispo da igreja Universal do Reino de Deus em Moçambique na África. Fonte: www.impd.com.br acesso em 26 de janeiro de 2014.

se na busca por alavancar os índices de crescimento da organização, tornando-as a exemplo que ocorre com o indivíduo transformado em consumidor, em empresas ou firmas religiosas (CARREIRO, 2007), essa combinação entre o consumidor e as firmas religiosas tendem a encontrar alguns pontos de equilíbrio.

As firmas religiosas tendem a cada vez mais depender das exigências dos seus consumidores. Esta dependência se justifica pelo alto custo gerado pela empresa religiosa para *fabricar* os produtos que os seus consumidores desejam. E este alto custo entra na planilha de cálculo do custo do produto. Ou seja, como no mercado, o produto deve atender às exigências de seus clientes, para isso deve haver investimento que gera custo, este custo é devolvido para seus clientes no preço sugerido para cada produto. Mas no que consiste de fato estes produtos? Carreiro (2007) afirma que a grande maioria dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas religiosas não são tangíveis, são *commodities*⁴⁰. A produção destes bens é realizada pela parceria empresa/cliente e são consumidos por eles mesmos.

Pode-se classificar como produtos religiosos as mensagens, discursos, palestras, cursos e todas práticas relacionadas diretamente ou não às celebrações das atividades do empreendimento religioso. Como já afirmado, os produtos fabricados pelas empresas religiosas não são na sua maioria tangíveis, por isso a divisão destes produtos em duas categorias, recompensas e compensadores. Segundo a teoria de Rodney Stark comentada por Frigério (2008); Carreiro (2007) e Guerra (2003), algumas recompensas desejadas são limitas e outras não estão nem disponível (no mundo físico). Stark afirma: (STARK, 2004, p. 6 apud CARREIRO, 2007, p. 48):

Enquanto seres buscam recompensas, os humanos irão sempre preferir a recompensa ao compensador, mas frequentemente não se tem opção, já que algumas das coisas que queremos não podem ser obtidas em quantidade suficiente, e, outras, às vezes sequer podem ser obtidas, aqui e agora, por ninguém.

⁴⁰Commodities é o termo utilizado para se referir aos produtos de origem primária que são transacionados nas bolsas de mercadorias. São normalmente produtos em estado bruto ou com pequeno grau de industrialização, com qualidade quase uniforme e são produzidos e comercializados em grandes quantidades do ponto de vista global. Também podem ser estocados sem perda significativa em sua qualidade durante determinado período. Podem ser produtos agropecuários, minerais ou até mesmo financeiros. Fonte: CASTELLO BRANCO. André Luis de Oliveira. A produção de soja no Brasil: uma análise econométrica no período de 1994-2008. Campinas, SP: PUC-CAMPINAS, 2008.

Os compensadores são, segundo STARK, substitutos para as recompensas desejadas. São um tipo de explicação sobre o prêmio futuro. Ele afirma: “Geralmente a obtenção será no futuro distante, ou mesmo em outra realidade, e a verdade da explicação será bastante difícil, se não impossível, de ser verificada com antecedência” (STARK 2004, p. 6 apud CARREIRO, 2007, p. 48). Ou seja, o compensador é a promessa que a recompensa virá.

A Videira Igreja em Células estipula aos seus fiéis os seus produtos compensadores, é o possível verificar na teologia do vencedor tratado no capítulo II e que veremos a seguir.

3.2 O MARKETING MULTINÍVEL

Apesar da diversidade de enfoques apresentados pelos autores da área de administração, marketing e publicidade sobre o conceito de marketing, pode-se afirmar que se trata de “realização de atividades de negócios dirigidas ao fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor ou usuário.” (NICKELS E WOOD, 1999, p. 27 apud PAES, 2002, p. 24).

Desde a década dos anos 1950, que foram as primeiras gerações no Brasil, tendo a sua manifestação mais intensa nos anos 1960 do século XX onde o conceito moderno a respeito do que viria a ser uma ação de marketing se tornou mais consistente. O pós II grande guerra viabilizou em muito o processo para o amadurecimento e desenvolvimento do marketing. Havia um potencial de consumo na população, um alto nível de concorrência entre as empresas. (BROWN apud PAES, 2002, p. 25).

No Brasil, o marketing tomou força a partir de 1970 impulsionada pela popularização da televisão, a afirmação dos *shopping centers*, a presença de grandes redes de supermercados, especialização da mídia impressa, estes fatores, aponta (SOUZA, 1994 apud PAES, 2002) foram os motores que impulsionaram o marketing no Brasil. Com a evolução da tecnologia a década de 1990 abriu a oportunidade para um tipo de abordagem mais direta, o um-a-um, que pode então

inverter a lógica de mercado até então que era buscar clientes para o seu produto, para buscar produtos para o seu cliente.

Segundo Marks (apud PAES, 2002), um dos pontos para as empresas que atuam nesta modalidade de vendas é a presença do consumidor em todo o processo de desenvolvimento de produtos. Assim também o marketing multinível que tem a sua força exatamente no consumidor que assume também a função de vendedor.

O marketing Multinível segundo (COSTA, 1987 apud PAES, 2002) é a busca por uma melhor fluidez da distribuição de produtos pelas empresas e na busca por estreitar o relacionamento com seus clientes, alcançando com isso uma maior penetração geográfica de seus produtos com redução de custos de implantação de novas filiais. É ainda uma das formas de negócio com o maior crescimento proporcional entre as estratégias de marketing (GRACIOSO, NAJJAR, 1997).

As características principais do marketing multinível é capilaridade do processo de produção. Marks (1995 apud PAES, 2002) afirma que o eixo central é o foco no consumidor final. Dele se extrai as suas necessidades e os produtos são oferecidos *on demand* gerando uma rede de negócios caracterizados pelo conhecimento das partes envolvidas. No marketing multinível cada distribuidor pode desenvolver o seu empreendimento, criar as suas próprias redes de negócio.

PAES (2002) divide a evolução do marketing multinível em cinco ondas. A primeira onda de acordo com o autor, acontece em nos anos 40 e vai até final dos anos 70 do século XX com a legalização do método de vendas pela Comissão federal de Comércio (*Federal Trade Commission – FTC*)⁴¹; a segunda onda percorre toda a década de 1980 e é caracterizado pela adesão de milhões de pessoas a este modelo de negócio e quase o mesmo número de pessoas frustradas pela dificuldade de comercializar o grande estoque pessoal que tiveram que fazer para poderem fazer parte das franquias; a terceira onda surge na década de 1990 que marcado pela otimização dos meios de comunicação de massa e portanto um *boom* de novas redes de contato sendo solidificadas; e a quarta onda inicia na década de 2000 onde

⁴¹ “Em 1979, a FTC considerou que a *Amway* não era um esquema de pirâmide por ter no seu plano de negócios quatro elementos essenciais capazes de diferenciá-la de uma pirâmide financeira, a saber: não exigir taxas de entrada; fazer das vendas efetivas de produtos uma pré-condição para que os distribuidores possam fazer jus ao bônus de desempenho; prever que os produtos sejam vendidos a consumidores varejistas. E prever a compra do inventário não comercializado pela rede – excesso de produtos” (nota técnica nº 60 / COGAP/SEAE/MF – ministério da Fazenda, Secretaria de Acompanhamento Econômico, de 16 de maio de 2013).

as redes de relacionamento não estão mais vinculados a agenda do telefone, *websites* e o *e-commerce* potencializam a venda de produtos.

Numa organização neste modelo, a expansão do negócio se dá não só pela venda do produto, mas pelo número de novos vendedores que recruta, treina e envia para alistar novos membros à sua rede. Uma outra característica deste negócio é que não há pontos de venda, salas comerciais e nem publicidade em meios de comunicação, a maior parte dos envolvidos trabalham em suas próprias casas reduzindo custos de investimento e consequentemente o risco do negócio.

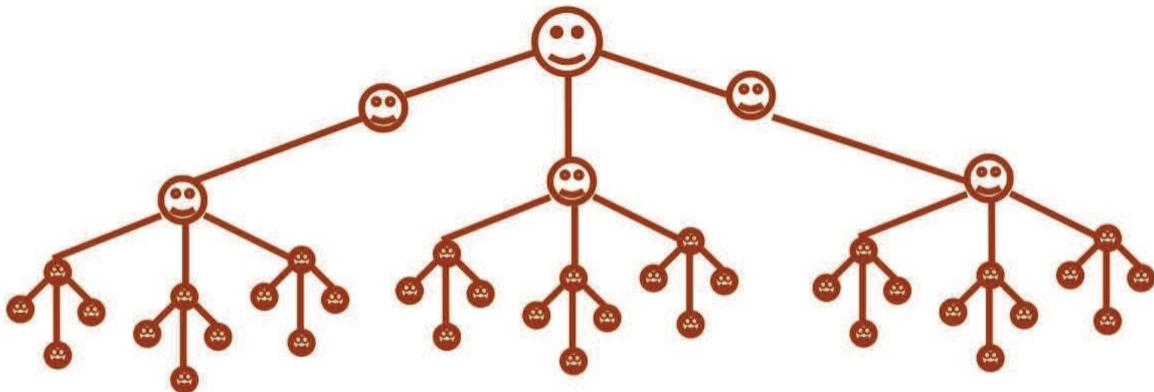


Figura: Marketing Multinível (PAES, 2002, p. 49)

O marketing multinível, segundo a associação brasileira de marketing direto são mais de dois milhões e meio de vendedores diretos e um faturamento anual de vinte e um bilhões e setecentos mil reais por ano.

Segundo Monteiro (2011) existem dois tipos de organizações de vendas diretas que são reconhecidas como marketing multinível ou marketing mononível. Nas organizações mononíveis os vendedores não recebem por recrutar novos vendedores, os seus rendimentos são obtidos somente pela venda de produtos. O marketing multinível se caracteriza pelo lucro obtido através da venda de produtos e também pelo recrutamento, treinamento e envio dos novos vendedores (MONTEIRO, 2011, p. 26):

O conceito central do marketing multinível pode ser assim resumido: a empresa tem como objetivo a venda de seus produtos, para isso contrata

alguém para negociá-los, pagando uma comissão. Além disso, a empresa busca também que essa pessoa ajude a recrutar e trinar outros vendedores. Para isso, a organização também paga na forma de uma comissão sobre as vendas das pessoas que esse distribuidor recrutou e, ou, treinou e de todos aqueles que essas pessoas recrutaram ou recrutarão por sua vez, e assim em diante, criando uma espécie de árvore de comissões sobre vendas.

3.3 A ESTRATÉGIA DO MARKETING MULTINÍVEL OBSERVADO DE UM ESTUDO DE CASO.

No ano de 2011 a pesquisadora Letícia Monteiro defendeu a sua dissertação de mestrado trabalhando com o tema do marketing de rede, também conhecido como marketing multinível no Brasil, o objetivo do seu trabalho consistia em identificar quais seriam os impactos que a prática do marketing multinível como negócio na subjetividade. A partir dessa premissa ela elaborou uma pesquisa de campo e investigou uma empresa líder do mercado de Marketing multinível fundada nos EUA em 1980 e que atua no Brasil desde 1995. Tomamos como base esta pesquisa para demonstrar as etapas do processo de captação, promoção, treinamento e envio e como estes são semelhantes a proposta de igreja em células adotado pela Videira.

Monteiro (2011) aponta que foram possíveis a identificação de novas formas de subjetivação que possuem um eixo principal, que é a ideia de empreendedorismo que visa o sucesso econômico e o *status*. Na leitura desta pesquisa constatamos a semelhança dos processos adotados pela empresa pesquisada, que ela apelidou de XP, com os mecanismos e processos do mercado religioso.

O modelo de negócio que o marketing multinível se propõe assemelha-se muito com o religioso nas ações e nos conceitos, Monteiro (2011) diz: “O motor principal desse engajamento aponta para uma relação construída sobre a base religiosa, sendo a empresa identificada como instância do sagrado e que ocupa a posição mais elevada na escala dos valores do sujeito.”

Fundada em 1980, nos EUA, a empresa vendia produtos de nutrição, controle de peso e cuidados pessoais. As atividades iniciaram no Brasil em 1995. No seu ano de fundação a empresa chegou a faturar dois milhões de dólares em vendas. Das vendas em 1980 do porta-malas do carro de seu fundador até a abertura de filiais

nos EUA, Austrália, Nova Zelândia, Espanha, Israel e México e outros países em todos os continentes (MONTEIRO, 2011).

Em 1995 a empresa funda seu escritório na cidade de São Paulo e distribuições corporativas em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, e Fortaleza no Estado do Ceará. Os primeiros a estabelecerem suas redes foram dois estrangeiros um português e um espanhol.

O MMN adotado pela empresa XP remunera seus participantes pela adesão de novos sócios ao negócio e na venda de produtos. A remuneração é mais rentável quando um cliente consegue associar, treinar, e enviá-lo às vendas:

Os ganhos se dão pela venda dos produtos e dos *royalties* recebidos. Os *Royalties* são comissões de 5% que o supervisor recebe. Estes são calculados sobre a compra de qualquer artigo da empresa efetuado por todos os outros supervisores ligados a ele, referente ao primeiro, segundo e terceiro níveis abaixo dele. Mas *somente* a partir da segunda compra feita por essa rede é que serão gerados os *royalties* e as bonificações para o supervisor da rede (MONTEIRO, 2011, p.32).

A forma que realmente gera rendimento está na capacidade de associar novos membros ao grupo, conforme na figura abaixo. O plano de carreira dentro da empresa XP conta com seis níveis de ascensão: distribuidores, supervisores, equipes mundiais, GETs, Milionários e presidentes. Ao entrar no negócio o distribuidor (base da rede) terá que comprar um *kit* de cadastro, podendo então a partir da compra começar a vender os produtos ou consumi-los, neste primeiro momento esta é a única forma de rendimento que ele possui. Ao acumular uma quantidade de pontos ele passa a obter um maior desconto. Chegando a 4 mil pontos ele alcança o nível de supervisor, também recebendo o *royalties* dos distribuidores que ele incorporou ao grupo. O próximo nível denominado equipe mundial, ele passa a ter o mesmo benefício de supervisor mais o direito de participar de treinamentos. Quando ele chega a ser membro da Equipe de Expansão Global, GET em inglês, ele passa a ser chamado de tabulador e dependendo da produção ele galgará aos dois últimos níveis, a dos Milionários e presidentes.

Quando ele chega a ser membro da Equipe de Expansão Global, GET em inglês, ele passa a ser chamado de tabulador e dependendo da produção ele galgará aos dois últimos níveis, a dos Milionários e presidentes.

Uma característica levantada pela pesquisadora é a percepção de que quem participa no marketing multinível nos moldes exigidos pela empresa XP, passa a ter um comportamento diferenciado, pois os envolvidos assumem para si as verdades da empresa a tal ponto que reeducam-se em termos de alimentação, comportamento social e uma nova maneira de se pensar a própria vida (MONTEIRO, 2011). Este comportamento também é visível empiricamente nos membros da Videira, a vida gira em torno do sucesso da célula.

Neste tipo de empreendimento o envolvimento pessoal é intenso. O sucesso dele depende da sua rede de relacionamentos e de como o empreendedor tem poder de se tornar persuasivo em relação ao produto que ele está oferecendo. É a partir da conquista de novos associados à sua rede que se começa a ter ganhos monetários podendo alcançar rendimentos acima da média que se vinha auferindo, chegando até a ser a única renda do empreendedor. Fato interessante pois a grande maioria não conseguiria obter ganhos no exercício de alguma profissão (MONTEIRO, 2011). Aqui também podemos perceber que na célula, com o discurso de que o clericalismo é prejudicial à igreja evangélica, o líder leigo ganha o *status* de pastor e a sua célula o *status* de igreja, sobre este assunto exploraremos com mais detalhes adiante as semelhanças de uma empresa de marketing multinível com uma igreja em células.

Percebeu-se na pesquisa (MONTEIRO, 2011) que os empreendedores da empresa XP, são incentivados a viver uma vida em torno do produto que vendem. São orientados a consumir, se vestir e se comportar frente aos clientes, parentes, amigos e até dos seus familiares. Essa aculturação forçada, ou seja, ressignificação provocada pelo desejo de ganhos financeiros transforma, mesmo que isso dure até se verificar que não há como ganhar tudo o que lhe foi prometido, transforma o sujeito em um obsessivo, a tal ponto, aponta a pesquisa, que o mesmo não perde a oportunidade de apresentar os benefícios do produto até mesmo nas conversas informais, onde ele é instruído a prestar atenção às queixas do seu interlocutor e fazendo a anamnese venha oferecer o produto ideal para sanar aquela queixa.

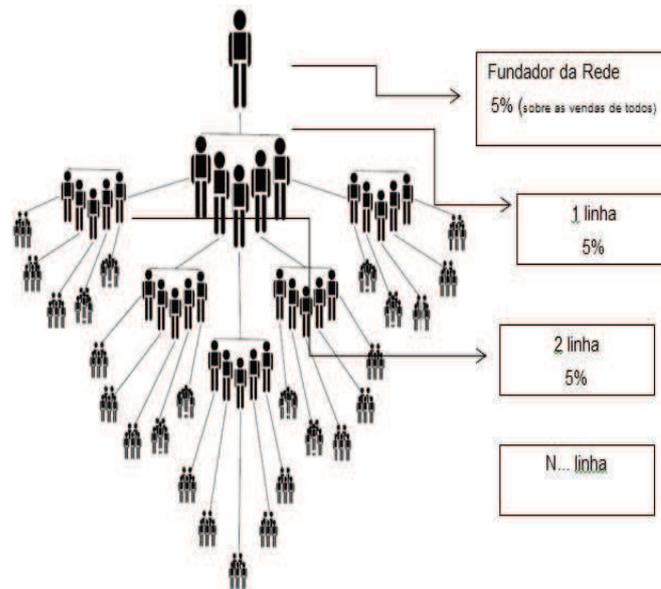


Figura Construção da rede e os ganhos no MMN (MONTEIRO, 2002)

3.4 A IGREJA VIDEIRA E AS SEMELHANÇAS COM O MARKETING MULTINÍVEL

O modelo de igreja em células elaborado pela Igreja Videira se assemelha às estratégias do marketing multinível em muitos aspectos. Pode-se afirmar que as semelhanças de ambas estão em torno da metodologia adotada para abordar, consolidar, treinar e enviar novos associados; está nas estratégias e ações internas que visam envolver emocionalmente os seus empreendedores no negócio; está na maneira como se estruturam em termos de hierarquia e de poder e na forma como buscam lucro e sucesso. A estratégia adotada pela Videira, como verificar-se-á, está estabelecida nos mesmos moldes de um empresa de marketing multinível.

Conforme apresentado anteriormente, as bases para a existência do mercado religioso torna possível aos empreendimentos religiosos a competição por novos membros, e nesta competição é preciso o uso criativo de estratégias que gerem resultados. A pesquisa demonstrará que as estratégias adotadas da Videira Igreja em Células se assemelham às estratégias adotadas pela empresa de marketing multinível XP.

3.4.1 A semelhança na abordagem, treinamento, envio de novos membros.

Para a Videira Igreja em Células há dois componentes importantes para a multiplicação (a criação de outra célula a partir da atual após o crescimento da décima quinta pessoa), o componente “unção” e que chamamos nesta pesquisa de “ações pragmáticas”. Estes dois componentes estão ligados diretamente a vida do líder, que assume o papel de pastor da célula, ele é o responsável pelo sucesso ou fracasso do empreendimento. Apesar de haver o componente místico envolvido na multiplicação da célula, é possível perceber nos escritos da Videira que a carga de responsabilidade está de fato sobre os ombros do líder empreendedor. Ou seja, o produto oferecido, no caso a célula é totalmente eficaz e eficiente. Monteiro (2011) apresenta na análise da logomarca⁴² da empresa XP a concepção de que o produto e a empresa já fizeram a sua parte, agora o sucesso depende somente do distribuidor ela afirma que:

Enfim, a empresa é feita pelos produtos e pelo seu plano de marketing e pelos distribuidores. [...] é passada a ideia de que o sucesso dependeria unicamente do desenvolvimento do fator variável da marca, que é a figura do distribuidor (MONTEIRO, 2011, p. 57).

A multiplicação da célula está, de acordo com o pastor Aluizio, nas mãos do líder de célula que deve buscar a “unção” e agir pragmaticamente. Abaixo a lista dos fatores que influenciam a multiplicação segundo pastor Aluizio (SILVA, 1999, p. 12):

- a) O tempo devocional do líder da célula;
- b) A intercessão em oração pelos membros das células;
- c) Conhecer a data da multiplicação da sua célula;
- d) A busca por constante treinamento a respeito da visão;
- e) A frequência que o líder de célula mantém contato com pessoas novas
- f) A orientação constante para que os membros da célula convidem seus amigos para participarem das reuniões;
- g) Ter constantemente visitantes nas reuniões.

⁴² É a representação simbólica da empresa onde geralmente devem conter a sua filosofia e os diferenciais de seu produto.

Na lista acima não constam fatores externos a células como impedimento. Compreende-se então, se o líder não multiplica a sua célula o problema está nele e não no processo conforme vimos no capítulo dois que tratou sobre a teologia da unção do método.

Na empresa de marketing multinível XP, Monteiro (2011) levanta uma lista de atividades que o empreendedor deverá realizar para obter o sucesso em suas vendas, no recrutamento de novos membros para a sua rede e a permanência dos mesmos:

- a) Usar os produtos;
- b) Usar o botton “perca peso”;
- c) Falar com as pessoas onde quer que estejam sobre o produto;
- d) Recrutamento e venda através de hidratações de pele gratuitas na residência de amigos e conhecidos;
- e) Criar o espaço vida saudável (EVS) onde os seus convidados poderão consumir os produtos;
- f) Desenvolver a pesquisa “Quatro Dias” que consiste na aplicação dos produtos nas refeições (café da manhã, almoço e jantar) tomando a medidas dos clientes nestes dias de consumo do produto.

Ressalta-se que o envolvimento do empreendedor, tanto na célula como na XP, são os responsáveis pelo sucesso da empreita. Isso retira qualquer resquício de dúvida se o método é bom ou não, caso alguém venha duvidar do método. Da mesma forma vemos uma série de atividades que demonstram ser uma estratégia muito semelhante a utilizada pela empresa XP de marketing multinível. Vejamos (SILVA, 2008):

- a) **Oração de concordância:** é o momento onde dois membros da célula decidem orar e jejuar por três ou mais pessoas por trinta ou quarenta dias. Ao final deste período as pessoas que foram listadas nesta oração serão convidadas a participar da célula;

- b) **Evento ponte:** é a realização mensal de um evento promovido pelos membros da célula. Este evento pode ser assistir a uma partida de futebol pela TV ou no estádio, uma festa com comidas e brincadeiras;
- c) **O “anjo da guarda”:** cada novo convertido do grupo recebe um “anjo da guarda” que pode ser uma pessoa que esteja a mais tempo na célula;
- d) **Visitas de consolidação:** é o primeiro contato após a conversão e visa manter os novos convertidos no grupo;

3.4.2 A semelhança no uso de estratégia e ações internas que visam envolver emocionalmente os seus empreendedores.

A empresa de marketing multinível pesquisada por Monteiro elaborou uma reunião que tem por finalidade abrir novas oportunidades de negócio. É uma reunião rápida que dura em torno de uma hora. A reunião é organizada em um salão de hotel, de preferência o mais refinado. Neste evento os organizadores separam alguns supervisores para apresentar a empresa em termos gerais. Alguns convidados que utilizam o produto também são chamados para dar o testemunho a respeito dos benefícios do uso dos produtos. Há uma apresentação do plano de marketing da empresa e então chamam ao palco os supervisores que darão o testemunhos dos seus ganhos com a venda dos produtos. Ao final da apresentação o auditório é convidado a participar do negócio e lhes são oferecidos as oportunidades e os valores necessários para o investimento.

Da mesma forma a Videira adaptou um modelo de retiro espiritual que tem por objetivo a conversão e consolidação de novos membros. O encontro é um retiro espiritual feito numa chácara ou locais apropriados para eventos desse tipo, segundo FREITAS⁴³:

Realizamos ‘encontros com Deus’ evangelísticos, feitos primordialmente para pessoas ímpias, que não conhecem o Senhor.

⁴³ Adriano Freitas é pastor de jovens e adolescentes na igreja Videira em Belo Horizonte, MG. Ele é o autor do livro *Vidas transformadas: manual do encontro com Deus para Jovens e adultos*. Belo Horizonte, MG: Presença, 2013.

Nosso foco principal é o de evangelizá-las em um ambiente livre de distrações e interferências externas. Isso não significa que crentes não possam participar do Encontro, eles podem e devem. Além de ser uma ferramenta evangelística o Encontro é uma arma poderosa de consolidação e aprofundamento de raízes no evangelho.

O “Encontro com Deus” é uma estratégia adaptada do modelo do pastor colombiano César Castellanos. Nesta atividade os sermões são planejados para alcançar os objetivos. São quatorze pregações que consistem em:

Mensagem	Tema	Orientação geral aos preletores	Tempo
1ª	Peniel, um encontro com Deus.	Você deve orientar ao encontristas que preencha o roteiro de confissão e arrependimento que ele receberá ao final da ministração da palestra.	60'
2ª	Consequências do Pecado	Neste momento há a declaração de todos os pecados que cada encontrista cometeu na vida	60'
3ª	Evangelismo	Pedir para repetir a oração de conversão.	60'
4ª	A cura da alma. O perdão segundo Deus.	Neste momento cada facilitador deve estar ao lado do encontrista para ele/ela possam verbalizar o perdão	
5ª	Restauração dos Sonhos	Neste momento os facilitadores entregarão papel e caneta para que todos possam escrever os seus sonhos	60'
7ª	Rompendo as cadeias espirituais	O objetivo desta palestra é levar a libertação das cadeias espirituais ⁴⁴ malignas que prendem a vida dos encontristas. Neste momento é preciso focar sobre a maldição hereditária ⁴⁵ .	60'
8ª	Experimentando o amor de Deus	É preciso explicar para os encontristas que até agora estávamos nos esvaziando para que pudéssemos ser	60'
9ª	Concluindo o passado	Os encontristas deverão pegar o roteiro de confissão de pecados e leva-los a uma cruz que estará no meio do pátio e lá deverão pregá-las como sinal de arrependimento.	120'
10ª	Nossa herança em Cristo	Nesta mensagem deve-se argumentar que Neste momento solicitamos a todos que ofertem seus bens como prova do amor que	60'

⁴⁴ Cadeias Espirituais é o termo utilizado dentro concepção neopentecostal de guerra espiritual. Existem cadeias que prendem ‘espiritualmente’ as pessoas. Esse aprisionamento ocorre quando a pessoa leva uma vida em pecado dando lastro necessário para que o Diabo possa aprisionar-la impedindo-a de prosperar em sua vida terrena.

⁴⁵ Maldição hereditária é outro tipo de ‘aprisionamento espiritual’ onde o crente paga pelos erros cometidos pelos seus antepassados.

		eles possuem por Deus.	
11 ^a	Vencendo a carne, o Diabo e o mundo	Neste momento faz-se o apelo para convencer que todos devem ser batizados	60'
12 ^a	A unção da multiplicação	Cada um dos encontristas devem indicar amigos e familiares para que toda as células possam contatá-los para o próximo evento.	60'
13 ^a	Batismo no Espírito Santo	É o momento que cada encontristas tem para receber a plenitude do Espírito Santo carisma	120'
14 ^o	A visão do ministério local	É o momento para a apresentação da igreja local ⁴⁶	60'

É possível perceber uma evolução nas mensagens passando pela declaração de que todos são pecadores e precisam de salvação até o momento em que decidem se filiar a uma célula. O encontro é considerado em outras igrejas que adotam o sistema do G12 como o grande momento da evangelização da célula. A intensidade como o evento é conduzido e em tão pouco tempo, não permite que a pessoa possa refletir com calma. Há a criação de um ambiente que com a finalidade de contagiar e fragilizar os envolvidos. As palestras onde cada um é levado a confessar um erro público, uma mágoa com alguém e ainda registrá-los para depois queimar numa fogueira aos pés de uma cruz simbolizando o sacrifício de Jesus, além dos cultos de exorcismo e busca pelo batismo do Espírito Santo funcionam como uma cartase coletiva. Depois de todo esse envolvimento emocional o discurso passa a ser de que agora, depois do grito, da revolta e da confissão, Deus pode agir na sua vida. É feito o apelo pela conversão e batismo e a inserção em uma célula.

Outro tema é a *guerra espiritual*. A mensagem de que a culpa não recai somente na pessoa, mas em demônios e até mesmo nos seus antepassados de certa forma o conduz a uma compreensão de que ele não é o único agente que interfere na condução da sua vida.

Este mesmo sentimento Monteiro (2011, p. 59) aponta existir nos empreendedores da empresa de Marketing multinível por ela pesquisada, este sentimento pode se comparar “constante busca de um sentido para a própria existência, e o que a empresa faz é usar esse vazio ao tentar preenchê-lo com a busca do sucesso econômico”. Esse sentimento de ‘vazio’ é fruto de um tempo,

⁴⁶ O termo igreja local se refere a célula, ou grupo de células que estão ligadas a um discipulador, ou até mesmo uma rede de discipuladores e suas respectivas células.

como afirma Bauman (2008) de “incertezas e precariedades” onde a vida não se firma mais em dados sólidos tudo é precário e incerto onde a “precariedade não é uma questão de escolha é o destino” (BAUMAN, 2008, p. 196) e ainda a respeito da insegurança, Bauman (1998) ainda argumenta que ela era condicionada, ao que ele chama de homens e mulheres pré-modernos, que tinham as suas vidas baseadas na monotonia da certeza, pois a única situação de surpresa era a morte e o que ela trazia consigo.

A incerteza ontológica estava mais ligada à escatologia do que a vida no presente. Com o advento da medicina, até a morte perdeu o seu sublime *status* de surpresa da vida. Descobriu-se que a vida de fato era limitada, portanto era natural que morrêssemos. Desse modo as inseguranças foram transferidas para a vida *antes da morte*, então o que temos é que “o quebra-cabeça mais ubíqua e assustadoramente presente em todas as atividades diárias é o curso da vida que se tem, não o momento da morte” (BAUMAN, 1998, p. 220) e ainda:

São as incertezas concentradas na *identidade individual*, em sua construção nunca completa e em seu sempre tentado desmantelamento com o fim de reconstruir-se, que assombram os homens e mulheres modernas, deixando pouco espaço e tempo para as inquietações que procedem da insegurança *ontológica*. É nesta vida, neste lado do ser (se é que absolutamente há outro lado), que a insegurança existencial está entrincheirada, fere mais e precisa ser tratada. Ao contrário da insegurança ontológica, a incerteza concentrada na identidade não precisa nem das benesses do paraíso, nem da vara do inferno para causar insônia (BAUMAN, 1998, p. 221).

Monteiro (2011) relata que nos encontros promovidos há o planejamento para que as emoções sejam provocadas e que os participantes sejam envolvidos pelo clima planejado. A medida que o novo sócio se “apaixona” pela empresa seu envolvimento deixa de ser racional e se relacione com o negócio que acabou de entrar de forma passional. Para isso Monteiro relata que a escolha das músicas passam um criterioso controle na escolha das mesmas e são tocadas tantas vezes nos treinamentos que a pesquisadora afirma que as pessoas quando ouvem-nas em outros lugares sentem vontade de cantar em voz alta e repetirem os gestos que aprenderam nos treinamentos (MONTEIRO, 2011, p. 46).

Em ambas as situações, no Encontro com Deus e nas Reuniões de Treinamento dos distribuidores da empresa XP, constata-se o uso do subjetivo para

fins de treinamento. Há o convencimento emocional para o engajamento e a adequação aos princípios e valores destas empresas.

3.4.3 A semelhança na estrutura hierárquica

Na pesquisa feita por Monteiro (2011) percebe-se que o desnivelamento dos envolvidos no empreendimento se dá pela quantidade de pontos acumulados e estes como visto anteriormente se dá pela capacidade do distribuidor (base de toda a cadeia) em conseguir vender os produtos e encontrar novos associados. A maneira que encontraram de colocar cada envolvido numa linha divisória foi a da possibilidade ou não de participar dos eventos promovidos pela empresa. Ou seja, um determinado evento só pode ser frequentado por empreendedores que alcançaram a quantidade de pontos. Monteiro (2011, p. 44-45) lista quatro eventos, e a quem se destinam:

- a) “**Extravaganza** – evento de dois dias que reúne os distribuidores do País inteiro, os quais alcançaram a pontuação estipulada para poder participar.
- b) **Fim de semana de liderança** -evento promovido para os novos supervisores, com uma sessão especial para aqueles que já fazem parte do nível de Equipe Mundial e que já fizeram mil pontos de *royalties* pelo volume gerado com seus supervisores.
- c) **Retreat** – é descrito como um evento de treinamento nas férias. Ocorre por dois ou quatro dias, em uma praia, normalmente em *resort* de luxo, onde há muitas atividades de lazer programadas.
- d) **Retreat para milionários** – normalmente é feito em três dias, com uma participação de média de duas mil e quinhentas pessoas, entre milionários e presidentes de todo mundo.”

Na Igreja Videira ocorre algo semelhante aos pontos elencados. À medida que um líder de célula a leva a multiplicação, o líder passa acumular “pontos” podendo chegar até pastor de rede, conforme diz o pastor Aluízio:

Como um discipulador de líderes ou supervisor é constituído? Evidentemente primeiro ele é membro de uma célula, depois se torna líder em treinamento e, após a multiplicação da célula, torna-se líder. Então, ele próprio deve multiplicar sua célula algumas vezes até chegar ao ponto de ser reconhecido como discipulador ou supervisor. Este é um passo essencial no processo, pois o líder que não multiplica a sua célula, certamente não é aprovado para se tornar um discipulador de líderes (SILVA, 2010, p. 13).

3.4.5 A semelhança da ressignificação do lucro e do sucesso

Há dois pontos de vista sobre o lucro e o sucesso tanto na empresa XP como na Videira Igreja em Células. Um é o olhar empresa e outro olhar é do empreendedor que se associa ao primeiro. E sobre o olhar do empreendedor que se associa como o marketing multinível pode lhe gerar lucro? E o que lucro alguém tem em buscar-se a associar ao empreendimento religioso como a Videira?

Como já abordado anteriormente no mercado religioso o lucro, do ponto de vista da empresa, está na quantidade de novos fiéis e na fidelização dos mesmos em um espaço de tempo determinado (GUERRA, 2003). Da mesma forma Monteiro (2011) declara que a XP é uma empresa de capital aberto, com acionistas espalhados por todo o planeta pode, com interesse apenas no lucro e com isso a satisfação dos seus investidores, portanto a sua busca também é por novos clientes, fidelizá-los em um espaço de tempo.

Esses arranjos empresariais, religiosos ou não, contam com a participação de pessoas que decidem associar-se a eles também em busca de lucro. Mesmo com todo o envolvimento emocional com o produto que em dado momento ganha contornos de uma “causa” a ser defendida e implantada no mundo, no caso da empresa XP ou na crença que o modelo de igreja adotado é imutável, sagrado e definitivo, no caso dos que se associam a Videira, ambos os associados da XP e os membros da Videira querem o seu quinhão.

Ao analisar as entrevistas e os comentários a elas contidos na pesquisa de Monteiro (2011), pode-se afirmar que mesmo com a proposta de liberdade de horário e flexibilização, como se isso fosse algum benefício um tipo de bônus. Na observação da pesquisadora este tipo de “liberdade” aprisiona, pois é exatamente nos contatos com as pessoas da sua rede de relacionamento, sejam elas de ex-colegas de trabalho ou familiares, que a empresa funciona. Em outras palavras, não há dias de folga, não há dias de não se oferecer o produto.

O lucro para o membro da videira pode ser considerado o fato de que na célula ele, como líder é o “dono do negócio”. O *slogan* da Igreja Videira apresenta isso de forma clara quando ele diz “Nosso encargo é edificar uma igreja de vencedores, onde cada membro é um ministro e cada casa uma extensão da igreja”⁴⁷, o líder entende que a célula é a sua igreja. Essa mensagem é constantemente lembrada de forma que não importa quantos membros você tem em sua célula, o líder é o pastor (empreendedor) de uma igreja, logo o lucro do empreendimento religioso, que é o crescimento daquele empreendimento em termos de número de frequentadores (GUERRA, 2003) apropriada para ele, mesmo que no cômputo geral o lucro seja creditado a sede.

A medida que o empreendedor (líder de célula) religioso obtém o lucro, ele ascende na escala hierárquica podendo administrar várias filiais que ele conseguiu empreender. Antes de se associar à Igreja Videira, o empreendedor estava relegado a ser apenas um ouvinte sem *status* algum no empreendimento. Associado a ela, ele agora se sente “dono do seu próprio negócio” com possibilidades de expandir o seu empreendimento.

⁴⁷www.igrejavideira.com acesso em 31.01.2014

CONCLUSÃO

Durante o transcorrer da pesquisa pode-se perceber que a Videira Igreja em Células desenvolveu o seu modelo de igreja em células a partir da concepção da lógica do mercado religioso. A Igreja Videira compreendeu o tamanho da demanda disponível e adaptou o modelo de células para o seu modelo de pequenos grupos a fim de conquistar de forma eficiente e eficaz o maior número de membros com o menor prejuízo possível.

A manifestação clara e perceptível, nas literaturas produzidas pela Igreja Videira, de que o objetivo central é o crescimento numérico, demonstra o quanto esta expressão religiosa compreende que o volume de fiéis gera para a sua denominação poder social, *status* e poder político. Por isso a Igreja Videira não deixa transparecer em seus escritos o constrangimento pelo uso de metodologias mercadológicas para tornar-se uma grande igreja, apesar das declarações de metas e a exigência que cada célula também elaborasse as suas metas. Essa aparente contradição não interfere no resultado que a pesquisa apresenta: que a Igreja Videira é mais pragmática do que espiritual em relação aos seus objetivos. Em relação ao crescimento numérico a Videira acredita que se não houver investimento, técnicas e aplicação metodológica a igreja pode vir a não crescer.

As células são o cerne do modelo de igreja que a Videira defende para si. Este modelo está baseado na falsa ideia de que haverá uma paz, tranquilidade e comunhão. Apesar da ideia vendida sobre a célula ser o lugar de amizade e de paz, a pesquisa demonstra que é contraditório, pois quando percebe-se no discurso doutrinário que a célula deve multiplicar ao menos uma vez ao ano, não é possível que todos irão para a nova célula, sendo assim a rotatividade de membros anula por completo o ideal de família, amizade e cumplicidade.

A pesquisa pode verificar que o produto que a Igreja Videira oferece é a própria possibilidade de ser membro de uma célula. Além dos contornos sacros, tornando a célula algo revelado diretamente por Deus, há a possibilidade imediata de se tornar-se um pastor-empresendedor, podendo realizar todos os sacramentos na célula que vier porventura a criar. A pesquisa pode levantar a informação que, ao torna-se um líder de célula, o homem tem o mesmo *status* de pastor, pois ao ser

nomeado pastor de uma célula ele executará todas as atividades que um pastor realiza normalmente numa congregação fora da Videira.

Em um mercado competitivo, onde a migração de igrejas é uma realidade totalmente plausível, foi possível verificar como a Igreja Videira articulou-se para frear a saída dos membros. A Igreja Videira elaborou um sistema teológico para garantir ao seu método de igrejas em células. Três pilares teológicos sustentam o método de igreja em células, segundo a pesquisa realizada são: a teologia do vencedor que garante o galardão, que virá a ser um tipo de governo, domínio com Cristo no milênio; a teologia da autoridade espiritual que estabelece a estrutura hierárquica da Igreja Videira, bem como a relação entre cada elemento desta estrutura e como é possível a ascensão no grupo e por fim, a teologia da unção do método que a pesquisa constatou que é a maneira pela qual os fundadores da Igreja Videira estabeleceram para manter o padrão e a qualidade nas milhares de células espalhadas pelo Brasil e mundo.

Como um empreendimento religioso, a Igreja Videira compreendeu, conforme demonstra esta pesquisa, que no concorrido mercado da religião é preciso estabelecer estratégias para conquistar, consolidar, treinar e enviar. Assim como no marketing multinível a Igreja Videira utiliza métodos para que seus membros apoderem a mensagem que garante que a melhor forma de ser cristão é aceitar o desafio da competição. A Igreja Videira deu ao seu público a capacidade de aceitar as competições como algo natural ao ser humano, sendo assim, os embates da vida, que são concernentes à sobrevivência do dia-a-dia, são aceitos como parte do jogo. O indivíduo perde a capacidade de romper com o sistema, pois é encontrado o parentesco com as leis de mercado num ambiente religioso. E esta semelhança dá-lhe noção de pertencimento e alivia a sua culpa.

A Igreja Videira produziu um esquema de controle burocrático e sistematizou as estratégias de crescimento muito semelhante ao que empresas de vendas por marketing multinível fazem. Desde a captação de novos clientes, à fidelização, e o envolvimento emocional, as semelhanças são fortes. Tanto nas empresas de marketing multinível como na Igreja Videira, a noção clara de produto, lucro e identidade são transformadas. Há uma sublimação da tensão entre ser e fazer. Na igreja videira quando um membro busca (faz) outro membro, ele é, e a medida que ele produz ele ascende na escala, podendo chegar a função de pastor de rede. Segundo os fundadores da Igreja Videira o chamado do indivíduo e sempre para a

multiplicação ou lucro e sucesso de acordo com as empresas de marketing multinível.

Esta pesquisa não concluiu todo o estudo possível do objeto. A Igreja Videira é uma igreja neopentecostal e como tal está constantemente em transição e mudanças pontuais ou sistêmicas. Não foi possível nesta pesquisa penetrar profundamente na prática da vida de células, pois o pesquisador abdicou-se da pesquisa de campo.

REFERÊNCIAS

- AFRÂNIO, R. C. *Como elaborar um plano de negócio*. Brasília: SEBRAE, 2007.
- ALMEIDA, R.; MONTEIRO, P. *Trânsito religioso no Brasil*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 19 n. 56, 2004.
- ALVES, R. *As ideias teológicas e os seus caminhos pelos sulcos intituicionais do protestantismo brasileiro*. In: DIÁLOGO, T. E. História da teologia na América Latina. 2ª. ed. São Paulo: Paulinas, 1981. p. 198.
- BAUMAN, Z. *O mal-estar da pós modernidade*. Tradução de Mauro Gama e Cláudia Marinelli Gama. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- _____. *A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas*. Tradução de José Gradel. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BERGER, P. *O dosse sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. São Paulo: Paulinas, 1985.
- CAMPOS B, A. D. *Família e sexualidade: o caso da Videira - Igreja em Células*, 2007. 150f Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Goiânia: Universidade Católica de Goiás, 2007.
- CAMPOS, L. S. *Teatro, templo e mercado*. 2ª. ed. Petrópolis: Vozes, São Paulo: Simpósio Editora, São Bernado do Campo: UMESP, 1999.
- CARREIRO, G. D. S. *Análise sócio-desenvolvimental do crescimento evangélico no Brasil*. Brasília: (Tese de doutorado) Universidade de Brasília, v. 1, 2007.
- _____. *Análise sócio-desenvolvimental do crescimento evangélico no Brasil*. Brasília: (Tese de doutorado) Universidade de Brasília, v. 1, 2007.
- CAVALCANTI, H. B. *O projeto missionário protestante no Brasil do século 19: comparando a experiência presbiteriana e batista*. Revista de Estudos da Religião, São Paulo, v. 4, p. 61-93, 2001.
- COMISKEY, J. *Crescimento explosivo da Igreja em Células*. Tradução de Ingrid Neufeld Lima. 3ª. ed. Curitiba, PR: Ministério Igreja em Células no Brasil, 2002.
- FRIGERIO, A. *O paradigma da escolha racional: mercado regulado e pluralismo religioso*. Tempo Social, São Paulo, v. 20 n.2, p. 17-39, novembro 2008.
- GUERRA, L. *Mercado religioso no Brasil: competição, demanda e a dinâmica da esfera religiosa*. João Pessoa: Ideia, 2003.
- HOUTART, F. *Mercado e religião*. Tradução de Cláudia Berliner e Renata Cordeiro. São Paulo: Cortez, 2003.

MARIANO, R. *Usos e limites da teoria da escolha racional da religião*. Tempo Social, São Paulo, v. 20 n.2, p. 41-66, novembro 2008.

_____. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. 3ª ed. São Paulo: Loyola, 2010.

_____. *Mudanças no campo religioso brasileiro no censo de 2010*. Debates do NER, Porto Alegre, v. 24, n. 14, p. 119-137, jul./dez. 2013.

MAX WEBER. *Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. Brasília, DF Universidade de Brasília São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, v. I, 1999.

MONTEIRO, L. S. S. *O trabalho no marketing de rede: novas ideologias do trabalho ou as antigas artimanhas do capital?* Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2011.

MOREIRA, A. S. *Em que sentido o capitalismo é uma religião*. In: MOREIRA, A. S. *O capitalismo como religião*. Goiânia: PUC GOIÁS, 2012. p. 15-49.

NAVES, A. H. *Manual da célula forte*. Goiânia: Editora Videria, 2007.

NOBRE, S. R. *A racionalidade nas igrejas neopentecostais nascidas em Goiânia*. Goiânia: Universidade Católica de Goiás, 2003.

PASSOS, P. R. R. *Igreja neopentecostal Fonte da Vida: a restaruação da individualidade como estratégia de conversão e empoderamento da classe média brasileira tese (doutorado) 344 f*. Goiânia: Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2012.

RIBEIRO, B. *Protestantismo e cultura brasileira*. São Paulo: Casa Editora Presbiteriana, 1981.

RODRIGUES, A. D. C. *Família e sexualidade: o caso da videira Igreja em Células*. 2007. 150f. Dissertação (mestrado). Goiânia: Universiade Católica de Goiás, 2007.

SERAFIM, M. C. *Sobre esta igreja edificarei a minha empresa*. São Paulo : Fundação Getúlio Vargas, 2008.

SILVA, A. A. *Segredos da multiplicação de uma célula*. Revista Videira, Goiânia, dezembro 1999. 12.

_____. *A visão dos vencedores: salvação, reino dos céus, graça e galardão à luz da Bíblia*. 2ª ed. Goiânia: Vinha, 2008.

_____. *Manual da visão de células*. Goiânia: Videira, 2008.

_____. *O lugar do supervisor*. Goiânia: Vinha, 2010.

_____. *O lugar do supervisor: encontre o seu lugar na célula*. Goiânia: Vinha, 2010.

_____. *Apocalipse sem mistério: os selos foram abertos*. Goiânia: Vinha Editora, 2011.

WEBER, M. *Conceitos básicos de sociologia*. Tradução de Gerard Geofês Delaunay Rubens Eduardo Ferriera Frias. São Paulo: Moraes, 1987.

_____. *Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. Brasília, DF Universidade de Brasília São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, v. I, 1999.