



*DCS – DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL*

**CONSUMO NO TEMPLO:  
O CASO DA NAÇÃO DOS 318 DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE  
DEUS**

*Rosa Maria Mattos<sup>1</sup>,  
Everardo Rocha<sup>2</sup>.*



---

<sup>1</sup> Aluna de graduação do curso de Comunicação Social da PUC-Rio.

<sup>2</sup> Professor- Associado do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	3
1. ONDE ESTAMOS: MODERNIDADE E PRODUÇÃO.....	3
2. DILEMA: RELIGIÃO E CONSUMO.....	4
3. CONHECENDO A UNIVERSAL.....	5
Evangélicos e Neopentecostais.....	5
Teologia da Prosperidade.....	6
Igreja Universal do Reino de Deus.....	7
“Nação dos 318”.....	9
4. ENTRADA NO TEMPLO.....	9
Na reunião.....	11
“Você vai entrar com um <i>Fiat</i> e sair com um <i>Corolla</i> ”.....	12
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	13
AGRADECIMENTOS.....	14
BIBLIOGRAFIA.....	14

## Introdução

A religião e o desejo de bens de consumo não parecem ser, em princípio, idéias que se harmonizem. No entanto, é no seio da sociedade de consumo atual que a Igreja Universal do Reino de Deus conquista cada vez mais adeptos: dos 269 mil em 1991, para 2,1 milhões em 2000, um crescimento superior ao de qualquer outra religião no país. A jovem igreja, nascida na década 1970, importa dos Estados Unidos a teologia da prosperidade e suas promessas: saúde perfeita, riqueza material e vitória sobre todo e qualquer sofrimento. A Catedral Mundial da Fé - uma suntuosa construção de 63 mil metros quadrados - sediada em Del Castilho é o pólo central da IURD no Rio de Janeiro, e lá ocorre semanalmente uma reunião destinada a empresários e pessoas que desejam melhorar suas vidas financeiras, a “Nação dos 318”. Para realizar uma análise inicial das formas pelas quais a Igreja Universal do Reino de Deus elabora uma produção simbólica que articula religiosidade e consumo, realizamos a observação participante acompanhando esse ritual e os milhares de fiéis que dele participam.

### 1. Onde estamos: modernidade e produção

Antes de nos debruçarmos sobre o caso específico da Nação dos 318, uma das sessões da Igreja Universal do Reino de Deus, parece-nos fundamental compreender um pouco mais sobre a sociedade de consumo atual. É em seu seio que nasce um discurso simbólico poderoso, o do consumo, e uma religião que une a idéia de Deus com a do dinheiro, foco dessa pesquisa.

Rocha (1995) aponta os quatro eixos que caracterizam nossa sociedade moderno-contemporânea, pontos inegociáveis no jogo de escolhas que operam as culturas. Inclusive é importante notar: tais princípios, eixos, pontos cardeais que serão aqui descritos não são idéias e conceitos naturais. São, como mostra a literatura da Antropologia Social, escolhas, entre muitas outras possibilidades disponíveis. Assim, diferentes culturas revelam sociedades que fizeram diferentes opções sociais.

Voltando à modernidade, um desses grandes eixos é a nossa concepção de *Estado*. Para Rocha, seguindo a trilha de idéias aberta por Clastres, “é nessa instituição que se inscreve o projeto de redução da diferença à semelhança, do outro ao mesmo, do múltiplo ao único” (1995, p.126). Isso porque, ainda segundo Clastres, o etnocídio – aniquilação das diferentes culturas – é uma prática central da nossa sociedade. E o Estado (bem como os demais eixos da sociedade industrial que serão tratados nesse capítulo) opera reforçando o etnocídio. “O Estado é força centrípeta, buscando a repetição do igual, a compulsão do mesmo. A diferença, inversamente, é movimento de eversão, centrífugo, um constante de reviramento para fora” (Rocha, 1995, p.126). Diferentemente de culturas que não separam a prática do poder no corpo institucional Estado, culturas chamadas “primitivas” e que fizeram uma opção: não possuí-lo. Fundar um Estado, por sua vez, significa dividir a sociedade em mínimas unidades iguais, anulando as diferenças e reduzindo a multiplicidade a unidade.

Mas não é a noção de Estado, sozinha, quem descreve nossa peculiaridade cultural dentre as demais sociedades do planeta. Junta-se a ela o *produtivismo*, concepção de que a natureza, inclusive os seres humanos, devam ser transformados em riqueza. Não há espaço para desperdício ou ociosidade. “Assim, nossa Sociedade Industrial é uma ‘formidável máquina de produção’. No mesmo movimento, torna-se também uma ‘assustadora máquina de destruição’. O universo ao redor deve ser incessantemente anexado, traduzido em utilidade” (Rocha, 1995, p.125).

Junto a *Estado e produtivismo*, Rocha aponta o *individualismo* como ponto crucial no entendimento de nossa sociedade. Embora não se possa afirmar que seja uma invenção da sociedade moderno-contemporânea (assim como o Estado), é nela que encontra seu ponto máximo de expressão, sobretudo pelo encontro com o domínio econômico. Para clarear um pouco o tema, faz-se necessário distinguir duas coisas.

“Uma delas é a existência de um sujeito que fala, deseja, age, uma amostra particular da espécie humana que encontramos em todas as sociedades. A outra é um ser independente, autônomo, portador de qualidades supremas, separado da sociedade, um valor moral que encontramos entre nós. O primeiro existe em qualquer parte, o segundo é parte da ideologia moderna” (ROCHA, 1995, p.129).

Por fim, o último eixo da sociedade moderno-contemporânea é o *tempo histórico*, esse arranjo dos acontecimentos do mundo como num encadeamento seqüencial. Mais uma vez, não há nenhuma obviedade ou naturalidade em tal concepção social do tempo. Culturas distintas operam diferentes manejos do tempo, como mostra Lévi-Strauss em seus estudos sobre sociedades que adotam tempo totêmico, cíclico, que alterna o “antes” e o “depois” sem a mesma noção de causalidade que o tempo histórico pressupõe. Nossa visão do tempo introduz um encadeamento lógico que enfoca o processo de contagem, de acréscimo e de infinitude. “A aposta da sociedade moderna e industrial é no sentido de resgatar, dentro do oceano da temporalidade, uma significação que a identifique e que se articule com outros domínios de sua experiência” (Rocha, 1995, p.135).

Assim, Rocha descreve essa engrenagem particular que nos caracteriza como ocidente, experiência advinda da Revolução Industrial, que possibilitou o encontro dessas quatro esferas – tempo histórico, individualismo, produtivismo e Estado –, complementares e que reproduzem-se umas nas outras, reafirmando sua particularidade cultural.

## **2. Dilema: religião e consumo**

Em sua tese de mestrado, Martinez (2002) acompanhou um grupo de jovens católicos da zona sul carioca com o objetivo de investigar como os símbolos culturais ali compartilhados atuam na formação de um padrão de consumo. De um lado, a religião, uma das porta-vozes do discurso da tradição. Do outro, a sociedade de consumo e a cultura moderna.

Antes de expor algumas das questões levantadas por Martinez, no entanto, nos parece necessário debruçar-se sobre uma das possíveis definições de consumo. Para Baudrillard o consumo baseia-se em um discurso que abarca uma gama de objetos e mensagens produzidas pela sociedade através de uma “manipulação sistemática de signos”. Por isso ele afirma que para tornar-se objeto de consumo é preciso que o objeto se torne signo (Baudrillard, 1973).

Assim, o consumo vai muito além da relação de necessidade entre indivíduos e objetos...

“(…) é também uma prática idealista, sistemática, cultural (...). Por isso o consumo não tem limites: se existisse somente para suprir alguma necessidade humana, sua atuação seria limitada pela sua satisfação. A compulsão pelo consumo demonstra sua inadequação às necessidades ou mesmo à realidade, e seu pertencimento ao universo da estruturação simbólica desta pretensa realidade” (MARTINEZ, 2002, p.24).

Partindo desse conceito de consumo, Martinez operou sua pesquisa baseado em entrevistas e no acompanhamento do grupo estudado em retiros e encontros. O ponto central coletado nos discursos de seus informantes resume-se a idéia de que consumo não pode trazer felicidade. O consumo, principalmente o “consumo exagerado” é visto como uma espécie de concorrente que deve ser desmascarado. O consumo por prazer ou para demonstrar sua posição social é mal visto. Apenas a necessidade seria capaz de redimir o consumo, ou em última análise, não se pode consumir, apenas dispor do necessário para sobreviver.

“Portanto, segundo os informantes, quem tem a Deus não precisa recorrer ao consumo, nem precisa fazê-lo. Como se existissem dois planos existenciais: o plano carnal, necessário porém irrelevante, ao qual pertence o consumo, e o plano espiritual, aquele que precisa ser buscado, por levar à felicidade, independentemente do primeiro” (MARTINEZ, 2002, p.92).

Ser consumista é ser fraco, característica que deve ser superada pelo indivíduo. Vemos aí uma diferença entre dois mundos distintos. O mundo de dentro da igreja...

“(...) seria um recanto cuja lógica ainda não é presidida pelo dinheiro. Se no mundo lá fora muita coisa pode ser comprada, consumida, aqui as pessoas podem usufruir gratuitamente. A materialidade do dinheiro, sua frieza não condiz com o ambiente de acolhimento e de intimidade que a igreja se propõe a construir” (MARTINEZ, 2002, p.100).

Como vimos, o estudo de Martinez mostra um dilema entre carne e espírito, religião e consumo. Enquanto os jovens católicos parecem colocar o consumo em segundo plano, erguendo a necessidade como norte de seus hábitos de compra, conheceremos pouco mais sobre um grupo religioso que parece atrelar a idéia de dinheiro e luxo a de felicidade e plenitude.

### **3. Conhecendo a Universal**

Após esse breve apontamento das principais observações de Martinez num grupo de jovens católicos, conheceremos um pouco mais sobre o grupo foco dessa pesquisa: a Igreja Universal do Reino de Deus.

#### **3.1 Evangélicos e os Neopentecostais**

Segundo os Censos Demográficos do IBGE (Mariano, 2004), em 1940 os evangélicos correspondiam a 2,6% da população brasileira. Avançaram para 3,4% em 1950; 4% em 1960; 5,2% em 1970; 6,6% em 1980; 9% em 1991, e 15,4% em 2000. Englobados nesse montante, estão os fiéis das igrejas protestantes históricas (Luterana, Presbiteriana, Congregacional, Anglicana, Metodista, Batista, Adventista), pentecostais (Congregação Cristã no Brasil, Assembléia de Deus, Evangelho Quadrangular, Brasil para Cristo, Deus é Amor, Casa da Bênção, entre outras) e neopentecostais (Universal do Reino de Deus, Sara Nossa Terra, Renascer em Cristo, Internacional da Graça de Deus, etc). Vale assinalar que esse grande crescimento das igrejas evangélicas deve-se principalmente às pentecostais e neopentecostais, que cresceram 8,9% ao ano, enquanto as protestantes históricas, 5,2%. Pentecostais e

neopentecostais perfazem dois terços dos evangélicos, o que corresponde à cerca de 10,4% da população.

Segundo Mariano, o pentecostalismo chegou ao Brasil há 97 anos, e “desde então centenas de igrejas se formaram e diversas mudanças ocorreram em seu interior, tornando essa religião cada vez mais complexa, heterogênea” (1996, p.25). Para facilitar seu estudo e compreensão, pesquisadores passaram a ordenar esse campo religioso em três ondas. A primeira, chamada de *pentecostalismo clássico*, abrange o período de 1910 a 1950 e caracteriza-se pelo anticatolicismo, pela ênfase no dom de línguas, por radical sectarismo e ascetismo de rejeição do mundo. A segunda onda, que Mariano nomeia *pentecostalismo neoclássico*, teve início na década de 1950 e caracterizou-se pela ênfase teológica na cura divina, pelo intenso uso do rádio e pelo evangelismo itinerante em tendas de lona.

A terceira onda é a *neopentecostal*, que começa na segunda metade dos anos 1970. Caracteriza-se por: pregar e difundir a Teologia da Prosperidade, ressaltar a batalha espiritual entre Deus e o Diabo (sua comitiva de anjos decaídos e seus representantes na Terra), e a não adoção dos tradicionais usos e costumes de santidade que figuravam como símbolos de pertencimento ao pentecostalismo até há pouco tempo.

Do ponto de vista comportamental, os neopentecostais são os mais liberais entre os evangélicos, “haja vista que suprimiu características sectárias tradicionais do pentecostalismo e rompeu com boa parte do ascetismo contracultural tipificado no estereótipo pelo qual os crentes eram reconhecidos” (Mariano, 2004, p.124). Seus fiéis são liberados para vestir-se com roupas da moda, usar produtos de beleza, ir à praia, piscinas, teatros e cinemas, torcer para times de futebol e praticar quaisquer esportes, assistir a televisão, trocar e ouvir diferentes ritmos musicais. Permanece, no entanto, a interdição ao consumo de álcool, tabaco e drogas, e ao sexo extraconjugal e homossexual.

Ainda segundo o autor...

“ (...) as igrejas neopentecostais revelam-se, entre as pentecostais, as mais inclinadas a acomodarem-se à sociedade abrangente e a seus valores, interesses e práticas. Daí seus cultos basearem-se na oferta especializada de serviços mágico-religiosos, de cunho terapêutico e taumatúrgico, centrados em promessas de concessão divina de prosperidade material, cura física e emocional e de resolução de problemas familiares, afetivos, amorosos e de sociabilidade” (MARIANO, 2004, p.124).

### **3.2. Teologia da Prosperidade**

Desde o princípio o pentecostalismo atraiu, sobretudo, as camadas mais pobres das sociedades nas quais se instalou. Durante décadas os pentecostais promoveram forte desvalorização do mundo, e contra ele, “suas tentações e a corrupção da matéria propuseram condutas ascéticas, procedentes da matriz puritana, como meio de assegurar costumes e hábitos que os conduzissem à salvação ou à certeza de estarem salvos no outro mundo” (Mariano, 1996, p. 44-45).

No entanto, diante da mobilidade social de parte dos fiéis, frente a nova sociedade de consumo que estava figurando com suas promessas e sedutores apelos do lazer e do entretenimento tão bem exploradas pela indústria cultural, do serviço de crédito ao consumidor,

ou esta religião se mantinha ascética e excluída, distante dos interesses ideais e materiais dos crentes, ou fazia concessões.

“Diferentemente de outrora, agora muitos crentes, além de desejosos, reuniam condições econômicas de desfrutar das boas coisas que o mundo podia oferecer. Para isto, entretanto, era preciso substituir suas concepções teológicas que diziam que os verdadeiros cristãos seriam, se não materialmente pobres, radicalmente desinteressados de coisas e valores terrenos” (MARIANO, 1996, p.27).

Diante desse quadro, várias lideranças pentecostais passaram a ajustar suas mensagens à disposição e às possibilidades de cumprimento de parte de seus fiéis e futuros possíveis fiéis.

Assim nasce a Teologia da Prosperidade, um conjunto de novas concepções bíblicas e de cristandade. O mundo como local de felicidade, prosperidade e abundância de vida para os cristãos, herdeiros das promessas de Deus. Eis a promessa central da Teologia da prosperidade, que veio para impulsionar a tímida tendência de acomodação de várias igrejas pentecostais aos valores e interesses mundanos das sociedades de consumo (Mariano, 1996). Nos EUA a Teologia da Prosperidade teve início nos anos 1950 e 1960, com a publicação de obras de pastores e pregadores. No Brasil, chega somente na década de 1970, sendo divulgada com as devidas transmutações pelas igrejas neopentecostais que aqui se instalavam, entre elas a Universal do Reino de Deus.

Dentre as crenças da Teologia da Prosperidade incorporadas pela IURD está a de que só não é prospero financeiramente, feliz e saudável nessa vida quem não possui fé, não obedece aos ensinamentos da Bíblia a respeito das promessas divinas e está envolvido direta ou indiretamente com o Diabo. Para os pregadores da Teologia da Prosperidade, Jesus só veio ao mundo pregar o Evangelho aos pobres exatamente para que eles deixassem de ser pobres. Ainda segundo seus defensores:

“(…) a expiação do Cordeiro libertou os homens da escravidão do Diabo e das maldições da miséria, da enfermidade, nesta vida, e da segunda morte, no além. Os homens, desde então, estão destinados à prosperidade, à saúde, à vitória, à felicidade. Para alcançar tais bênçãos, garantir a salvação e afastar os demônios de sua vida, basta o cristão ter fé incondicional em Deus, exigir seus direitos em voz alta e em nome de Jesus (a chamada determinação, crença que por meio da alta voz, trazem à existência o que declaram) e ser obediente a Ele, acima de tudo no pagamento dos dízimos” (MARIANO, 1996, p.33).

O dízimo cumpre papel fundamental na obtenção da prosperidade apregoada pela Teologia da Prosperidade. Seu pagamento existe desde a criação do homem e é o meio pelo qual os indivíduos podem refazer a sociedade com Deus (desfeita na ocasião do pecado de Adão e Eva), habilitando-se a se beneficiar das promessas divinas. Assim, pagar o dízimo e dar ofertas são duas das principais formas pelas quais o crente pode provar sua fé. A fé só existe quando se manifesta concretamente em ação, quando é exercida, no caso, no ato do pagamento do dízimo e da oferenda (Mariano, 1996). Assim, há uma relação contratual em que Deus tem obrigações a cumprir e os homens, se têm deveres para com Ele – dízimo – também têm direitos. Curiosamente, as palavras *sociedade* e *sócio* aparecem em diversas citações de pastores da Universal do Reino de Deus.

### **3.3. Igreja Universal do Reino de Deus**

Dentre as igrejas neopentecostais mais conhecidas e com maior número de fiéis, a Universal do Reino de Deus é a mais antiga no Brasil: data de 1977, quando foi fundada na zona norte da cidade do Rio de Janeiro. Nenhuma outra igreja evangélica cresceu tanto em tão pouco tempo no Brasil. Entre 1980 e 1989, o número de templos cresceu 2.600%, espalhando-se das grandes regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador – onde concentrou-se nos primeiros anos – para todo o país (Mariano, 1996). Na década de 1990 passou a cobrir todos os estados do território brasileiro, para depois se espalhar por cerca de 80 países. Nesse mesmo período logrou taxa de crescimento anual de 25,7%, saltando de 269 mil (dado certamente subestimado) para 2.101.887 adeptos no Brasil em 2000 (Jacob, 2003).

Edir Bezerra Macedo, líder e fundador da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), é um dos principais responsáveis pela construção desse verdadeiro império religioso. Após permanecer na Igreja Nova Vida durante 12 anos e contrariado com seu elitismo de classe média, deixou-a para fundar uma nova igreja, que após dois anos de duração, cindiu-se novamente dando origem a Universal do Reino de Deus. Macedo, desde o princípio, adotou a evangelização eletrônica como carro-chefe de sua estratégia proselitista, e foi como apresentador de um programa religioso na Rádio Metropolitana que conseguiu assumir a liderança da igreja. Segundo Mariano (2004) em 1980 assumiu o posto de bispo primaz do governo eclesiástico episcopal, e o cargo vitalício de secretário-geral do presbitério, cargo do qual renunciaria em 1990 para evitar que eventuais sanções penais contra si atingissem a igreja (precaução que se mostrou acertada, visto que durante a primeira metade da década de 1990, a IURD foi alvo de investigações policiais e processos judiciais).

Para Mariano “(...) como fator de expansão denominacional, o governo verticalizado e centralizado da IURD é tão ou mais importante que a decantada competência religiosa, gerencial e empresarial de sua liderança eclesiástica” (2004, p. 126). Tal forma de organização agiliza e otimiza as diversas frentes de atuação da instituição: abertura de novas congregações e frentes de evangelização, construção de templos de grande porte, compra de emissoras de rádio e TV, criação de gravadoras, editoras e outros empreendimentos. Vale frisar também o poder político da IURD. Em 1986 a denominação elegeu um deputado federal; em 1990, quatro; em 1994, seis; em 1998, 14, e em 2002, 22, ano em que, inclusive, elegeu um senador. Isso sem contar o número de deputados estaduais e vereadores.

Segundo o ex-pastor José Vasconcelos Cabral, para ser pastor na IURD “os requisitos são a conversão, a dedicação e o desejo de fazer a obra de Deus. Em alguns estados há um curso especial e intensivo com duração de seis meses, no qual o obreiro é orientado nos princípios básicos do cristianismo e da IURD” (apud Mariano, 2004, p.127). Tal simplicidade nas exigências facilita a formação de novos pastores e acelera o ingresso dos candidatos ao trabalho pastoral. Para ascender na hierarquia eclesiástica é preciso que demonstrem elevada capacidade de coletar dízimos e ofertas, habilidade essa sinal de benção divina.

Diferentemente do que ocorre na maioria das igrejas pentecostais, a IURD abre seus templos todos os dias para a realização de três a quatro cultos públicos. Seus pastores trabalham em período integral, dedicando-se exclusivamente a denominação, o que não ocorre em outras igrejas, cujos pastores exercem outras atividades profissionais. A IURD conta também com o trabalho cotidiano de dezenas de milhares de obreiros voluntários, que desempenham tarefas cruciais para garantir o bom funcionamento dos cultos e da evangelização pessoal.

Outro importante fator diferencial da IURD é sua capacidade de arrecadar recursos superiores à das demais igrejas, como mostram os dados da pesquisa “Novo Nascimento”, realizada no Grande Rio de Janeiro, pelo Instituto Superior de Estudos da Religião (Iser) (apud Mariano, 2004). Ao indagar aos fiéis sobre a contribuição financeira que fizeram num determinado mês de 1994, a pesquisa do Iser demonstrou que 27% dos fiéis da IURD fizeram doações que ultrapassaram o valor do dízimo (contra 14% da Assembléia de Deus); 17% doaram quantias menores que o dízimo (contra 25% da Assembléia); 24% não fizeram doação alguma (contra 33% dos assembleianos); e 24% doaram o valor equivalente ao dízimo (contra 23%).

Para Mariano (2004) “a eficiência arrecadadora da IURD se deve, em grande parte, à sua agressividade, insistência e incomparável habilidade persuasiva nessa matéria”. Além do dízimo – previsto na Bíblia e obrigação dos fiéis – há ainda os desafios financeiros, ou sacrifícios propostos pelos pastores. Tais desafios consistem numa doação maior, chegando ao valor de automóveis, imóveis e pertences de luxo. Dessa maneira o fiel demonstra sua fé, já que esta se mede pelo tamanho do risco que se assume no ato da doação. “De modo que tais crenças sobre dízimos e ofertas, invariavelmente, encerram cálculos utilitários tanto da parte de quem paga quanto da de quem recebe e administra os recursos. Na condição de dízimistas e ofertantes, os fiéis almejam adquirir e exercer o direito de cobrar do próprio Deus o pronto cumprimento de Suas promessas bíblicas: vida saudável, próspera, feliz e vitoriosa. Crença que caminha na contramão da rejeição puritana à busca de riqueza e de prazeres mundanos, e do livre gozo do dinheiro, o que relega a velha escatologia pentecostal a segundo plano” (Mariano, 2004).

O proselitismo em rádio e TV constitui o meio mais poderoso empregado pela IURD para atrair grande número de pessoas à suas igrejas. Em seus programas transmite prioritariamente testemunhos de bênçãos, curas e milagres - que serviriam como vitrine da denominação, oferta de soluções mágico-religiosas para sanar os problemas dos telespectadores, além de músicas de cantores e bandas evangélicas, e mensagens pastorais. Assim a Universal provê compensações concretas e imediatas neste mundo, moldando sua mensagem religiosa à vida material e cultural das classes pobres, e, dessa maneira, as provê de sentido e significação lhes dando a razão de estarem vivendo como vivem, justificando sua existência numa determinada posição social (Mariano, 2004).

### **3.4. Nação dos 318**

A “Nação dos 318 pastores”, mais conhecida como “Nação dos 318”, é uma conferência semanal voltada a empresários e pessoas com problemas financeiros, segundo o site oficial da conferência<sup>1</sup>. “Agora a vítima é você. Sem crédito na praça, títulos protestados, desemprego, nome no SPC, falência, dívidas, esses são os inimigos da sua vida e estão levando tudo. Mas como no tempo do Patriarca Abraão hoje os 318 pastores estarão nesta mesma batalha espiritual para que você venha resgatar sua auto-estima, seu patrimônio, seu reconhecimento na sociedade, sua dignidade, sua prosperidade, em fim, levando você a visão de um novo horizonte no aspecto de sua vida financeira e profissional”. Durante essa conferência, “318 pastores de todas as partes do Rio abençoam a todo o povo do congresso” numa reunião com duas horas de duração. A conferência é uma das únicas que possui um site oficial e possui destaque na página da internet oficial da IURD. Realizada em quatro diferentes horários na Catedral Mundial da Fé, pólo da Igreja Universal do Reino de Deus, a conferência também possui seu equivalente televisivo, o

---

<sup>1</sup> Informações obtidas no site: [www.nacaodos318.com.br](http://www.nacaodos318.com.br).

“Grandezas de Deus”, programa semanal produzido pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) com duração de 45 minutos exibido pela Rede TV às segundas-feiras, 13 horas.

#### 4. Entrando no templo

Del Castilho possui 14.246 habitantes e é um dos bairros que compõem a região da Leopoldina, zona norte do Rio de Janeiro, junto a Inhaúma, Higienópolis, Cachambi e Maria da Graça (com os quais faz fronteira) e outros 10 bairros. A renda média da região é de três salários mínimos - metade da média da capital fluminense - embora seja a quarta maior empregadora da cidade, com 78,7% de seus estabelecimentos pertencentes ao segmento de comércio e serviços.

O principal eixo viário, tanto de Del Castilho como de toda a zona norte, é a Avenida Dom Hélder Câmara, mais conhecida por seu antigo nome, Avenida Suburbana, que liga os bairros de Benfica a Cascadura. Por ela, transitam 15 linhas de ônibus e vans. No número 4242 dessa avenida, em 1997, começava a ser erguido o Templo Maior da Igreja Universal do Reino de Deus, também conhecido por Catedral Mundial da Fé, com 63 mil metros quadrados, a maior catedral da IURD no mundo. Na mesma avenida suburbana, em 1977, o quase desconhecido Bispo Macedo falava aos fiéis de sua recém-criada igreja, sob o nome de Igreja da Benção, no galpão de uma antiga funerária.

Vinte anos depois começava a obra que culminaria em uma edificação composta da Nave Principal, Nave Auxiliar, Prédio Administrativo de 8 pavimentos e 4 prédios de apoio de 4 pavimentos cada um, além de um heliponto, e que ocupa todo um quarteirão da conhecida avenida. No primeiro deles, de acesso restrito e desconhecido pelos frequentadores do Templo, funciona um estúdio de televisão e de rádio, onde são gravados alguns dos muitos programas produzidos pela IURD. Inúmeras câmeras de segurança registram os movimentos do lado de fora do gradeado que o separa da rua. Não existe uma entrada para esse prédio, ao menos não pública: não vemos portas nem janelas.

Uma construção de quatro andares funciona como estacionamento, dividindo a área aberta ao público do primeiro e desconhecido prédio. Logo ao lado desse estacionamento está uma das entradas do Templo Maior. A filosofia da Catedral é trazer a Terra Santa, Israel, para perto dos fiéis. Para isso, parte da Catedral é destinada ao Centro Cultural Jerusalém, com duas salas de exposição, numa delas uma grande maquete de Jerusalém. Nesse centro, a IURD oferece um *cyber* café, com serviços de informática e lanches. Outra referência são as pedras utilizadas na construção que, segundo a IURD, foram trazidas de Jerusalém; sem contar espécies de plantas foram trazidas de Israel e plantadas nos jardins internos do templo, há trechos bíblicos inscritos nas paredes externas e internas da catedral. E postada logo ao lado da entrada secundária, está um grande muro com pedras grandiosas. Nesse local, inúmeros papezinhos são colocados pelos fiéis, com nomes de pessoas em busca de benção, semelhante ao Muro das Lamentações, em Israel. De frente para essa entrada, um dos *halls*, um espaço amplo, em nível acima ao da rua, é coberto por uma cúpula de policarbonato e com pé direito razoavelmente alto. Estamos entrando no segundo prédio, em cujo o interior funciona a nave principal, com 10 mil lugares, estrutura metálica e um grande altar onde gira uma urna dourada e teatralmente iluminada. Voltaremos a ele mais tarde. Nesse prédio principal há ainda uma nave auxiliar, com capacidade para duas mil pessoas.

Na área exterior desse prédio, podemos descer a rampa que conduz da entrada ao andar subsolo, em nível abaixo ao da calçada exterior. Chegamos a um pátio muito semelhante aos encontrados em *shoppings centers*. Bancos estão recostados a um pequeno lago com carpas

coloridas: é um espaço de encontro e descanso. Ao lado, uma franquia da lanchonete Bob's, mesas de granito e cadeiras acolhoadas idênticas a de qualquer praça de alimentação de estabelecimentos comerciais. Banheiros coletivos com cerca de 20 cabines fazem parte desse prédio principal, e sua entrada é também pelo andar inferior. Neles, mais uma vez semelhança para com o de *shoppings centers*: grandes bancadas de granito alojam as bacias da pia, com secadores elétricos para as mãos. Uma empresa terceirizada cuida da limpeza do local, descobrimos pelo uniforme utilizado pelos funcionários. Ainda no andar inferior do prédio principal funcionam a livraria, a escolinha bíblica e os berçários: os fiéis deixam seus filhos com trabalhadores do templo que os ocupam com atividades durante as sessões para os adultos.

Tanto luxo, no entanto, representa uma ilha no entorno da avenida suburbana. A prosperidade que demonstra a Catedral Mundial da Fé contrasta com o comércio ao redor do templo. Todos os estabelecimentos comerciais do entorno seguem o padrão do bairro: simplicidade e improviso. Não há nenhuma loja luxuosa ou que se sobressaia das demais. Nem a pequena loja de trajes sociais masculinos (camisas sociais, calças, ternos e sapatos), ao que tudo indica direcionada aos pastores auxiliares, foge a regra da simplicidade. Não há preocupação com a iluminação das vitrines, sofisticação nas acomodações das lanchonetes, banheiros lustres (como ocorre em lojas luxuosas). O estabelecimento mais sofisticado do entorno é a lanchonete *Bob's*, que funciona dentro do próprio templo. Logo após a sessão estudada, parte dos frequentadores (sobretudo os pastores auxiliares) lancha na lanchonete dentro da Catedral (cujo preço de um lanche varia entre R\$5 e R\$15). No entanto, a grande maioria dos fiéis recorre ao comércio exterior, com alimentação mais em conta, como na carrocinha de cachorro-quente à R\$1, onde fazem fila. Ou ainda preferem encher garrafas plásticas vazias com a água do bebedouro postada na parte exterior do prédio principal.

A prestação de serviços no entorno do templo parece ter como público-alvo os fiéis da IURD (alguns dos nomes dos bares e lojas remetem às palavras Catedral ou Universal), embora também seja notável um comércio segmentado e típico da região: o de automóveis e azulejos. No entorno da Catedral Mundial da Fé estão: 4 lanchonetes/restaurantes, 6 concessionárias de veículos, 3 lojas de azulejos, 1 loja de trajes sociais, 1 loja de sapatos de couro, 1 loja de autopeças, 1 consultório de dentista, 1 salão de beleza, 1 dedetizadora e 1 ponto de táxi. Sem contar 5 camelôs vendendo balas e doces no ponto de ônibus contíguo ao templo, e 1 pipoqueiro.

#### 4.1. Na reunião

Todas as segundas-feiras, às 7 horas da manhã, às 10, às 14 horas e às 19, o “Nação dos 318” realiza-se na nave principal da Catedral Mundial da Fé. A audiência da sala principal de reuniões parece mais um estádio esportivo do que, de fato, a de um templo religioso: há inclinação perfeita entre as fileiras de cadeiras, acolhoadas e confortáveis, de modo que o “altar” (ou palco, de onde fala o pastor) é perfeitamente visível de qualquer ponto da assistência.

É desse altar que pende a “árvore da vida”: a estrutura metálica que sustenta o domo da nave principal termina numa espécie de escultura, onde os grandes cilindros metálicos unem-se e terminam numa espécie de piscina, por trás do palco. Um grande vitral postado atrás da “árvore da vida”, com 30 metros de altura, colore a visão dos fiéis. No palco, cerca de 1,80m acima do pavimento, há uma urna dourada fortemente iluminada que gira sem parar, sobre um eixo mecânico: uma reprodução da “Arca da Aliança”, símbolo do antigo testamento, seria o local onde a tábua com os dez mandamentos foi guardada, considerada veículo de comunicação entre Deus e os homens. Também no palco, um tecladista e seu assistente esperam a chegada do pastor principal, quem comanda a reunião, Antônio Moraes. Cerca de 200 jovens, todos vestidos com

camisa e sapato social e gravata, postam-se de pé nas laterais do palco, formando duas enormes filas que avançam na direção do público. Assim como nos comerciais de televisão, onde os personagens principais costumam refletir o perfil do público-alvo do anunciante, o visual dos pastores parece confirmar a promessa que subjaz a toda reunião: prosperidade financeira, sucesso profissional.

O pastor Antônio Moraes confirma essa observação. Veste-se melhor do que os jovens recostados na parede e usa também um terno que os diferencia dos demais (embora durante a sessão, deixe-o de lado, possivelmente por causa do calor). Poderia ser um personagem de comercial de bancos exclusivos para ricos executivos. É jovem, tem cerca de 30 anos, bonito, branco, cabelo penteado e sua fala constrói uma imagem de agressividade e ousadia. Sua voz e discurso são enérgicos e empáticos. É como se o comandante da reunião fosse um exemplo para os demais, não por seu carisma, benevolência ou mansidão, mas por parecer um vitorioso profissionalmente, exatamente como anseiam os fiéis que escolheram tal conferência para frequentar.

Os fiéis também parecem querer deixar seu testemunho através de sua vestimenta. Ninguém está mau vestido, e nessa observação deixo em suspenso juízo de gosto. Muitas mulheres usam sapato de salto alto, as crianças usam roupas que aparentam serem novas, os homens usam calça comprida. Embora poucas pessoas estejam, de fato, usando roupas caras e luxuosas, todos parecem estar se esforçando para vestir-se bem. Tal conduta parece estar bastante alinhada com o ideal de fé proposto pela IURD: a força da fé mede-se pelo melhor que se dá à Deus. Assim como ter fé é construir o melhor templo possível para Deus, orná-lo com o melhor, no plano da adoração individual esse pressuposto parece traduzir-se no asseio com o qual se vestem, bem como na quantidade de dinheiro doada a Ele, pelo dízimo.

Um ponto muito interessante nas reuniões são as estratégias para coleta do dízimo, ou sua variante, o “desafio”. Antes vale notar que, durante a reunião, que possui duas horas de duração, houve cinco oportunidades de doação de dinheiro. Logo no início da sessão, o pastor recolhe o dízimo, e distribui o “sactel” aos que não o possuem. “Sactel” é um pequeno saco verde de *tactel*, com o nome e horários da sessão, endereço do templo e a seguinte inscrição bíblica: “Restituí-vos-eis os anos que foram consumidos pelo gafanhoto migrador, pelo destruidor e pelo cortador...” (Joel 2:25). “Comereis abundantemente, e vos fartareis, e louvareis o nome do Senhor...” (Joel 2:26). Nesse saquinho os fiéis colocam seu dízimo. No momento da entrega, alguns dos pastores auxiliares postam-se na frente do palco com grandes sacos de veludo grená. Ao chamado do pastor principal, o tecladista toca uma música animada, e os fiéis saem de seus lugares com seus “sactéis”, e derramam seu conteúdo dentro dos sacos de veludo grená.

Os pastores auxiliares são fundamentais na tarefa de coleta e distribuição. Coleta de dízimo e distribuição de bênçãos e apetrechos para posterior coleta de dinheiro. Numa das sessões que assistimos, o Pastor principal explicou sobre um determinado dia quando haveria uma sessão especial, uma corrente de preces para abençoar os fiéis. Os pastores auxiliares, então, distribuíram pequenos pacotes com pratinhos de plástico. Nesse pratinho há, colado, o seguinte trecho bíblico: “Comereis abundantemente, e vos fartareis, e louvareis o nome do Senhor, vosso Deus, que se houve maravilhosamente convosco; e o meu povo jamais será envergonhado” (Joel 2.26). Nas sessões estudadas, recebemos também saquinhos plásticos com adesivos, destinados a coleta de notas de 50 reais, que deveriam ser reservadas durante a semana para a entrega na sessão posterior, bem como pequenos túmulos de papel cartão, onde deveríamos depositar o nome de pessoas amadas - que deveriam ser “ressuscitadas” de sua condição atual - e dinheiro.

#### **4.2. “Você vai entrar com um *Fiat* e sair com um *Corolla*”**

As sessões possuem um formato variável, com alguns elementos fixos, que se repetiram nas reuniões estudadas. Em todas elas há o momento da prece inicial, em que o pastor expulsa os maus-espíritos que acompanham os fiéis; a coleta do dízimo; o testemunho de fé, momento em que um fiel conta sua história de vida; a leitura da conferência empresarial – reflexão sobre temas pertinentes ao mundo do trabalho -, e a prece final. Entrecortando esses módulos, o pastor faz curtos discursos, que abrem um novo módulo ou o encerram.

O momento do testemunho de fé revela pontos muito interessantes sobre o discurso do consumo presente no “Nação dos 318”, e por consequência, na teologia da IURD. Na verdade, o testemunho não difere em nada dos discursos do pastor. Eles são a teologia da IURD colocada na voz dos fiéis. Essa distribuição do discurso do consumo parece surtir efeito: os testemunhos, como já explicitado pela literatura abordada nessa pesquisa, são de fundamental importância na conquista de novos fiéis. É o “eixo” mais longo tanto da reunião presencial como do programa televisivo “Grandezas de Deus”.

Primeiramente, é interessante notar a narrativa desses testemunhos. Nossa análise contemplou os testemunhos das sessões presenciais e examinou quatro sessões veiculadas no programa “Grandezas de Deus”, reprodução televisionada.

O pastor responsável chama ao palco uma pessoa previamente escolhida (numa das sessões presenciais, ele chamou os fiéis a beira do palco e escolheu o testemunhante na frente de todos, mas já conhecia a pessoa, como deixou claro pelas perguntas que fez). O testemunhante é sempre uma pessoa bem vestida. O pastor é quem entrevista o testemunhante, instigando sua fala e reforçando pontos que lhe interessem.

Todas as histórias possuem o mesmo argumento: o testemunhante possuía uma vida estável, de condição financeira razoável, quando é acometido por algum mal inexplicável que desestrutura sua família; passa por grandes dificuldades financeiras, para, por fim, conhecer a Igreja Universal e melhorar de vida, passando a uma condição muito melhor do que a inicial. Dentro desse trajeto heróico, que está presente em todos os testemunhos estudados, os fiéis escolhidos para porta-voz da IURD contam o que pensam ser “miséria” e “bonança”. Explicitam, assim, para onde pretendem ir, seus ideais de vida.

Nos testemunhos, todos descreveram sua situação final como a de sendo donos de seus próprios negócios. Terminar a faculdade; ganhar ações que corriam há anos na justiça; pagar dívidas; ter um *Golf*; trocar de carro todos os anos; morar em uma casa com piscina, banheira de hidromassagem, com torneiras de ouro maciço; ter uma casa em Rio das Ostras; conseguir um emprego para o marido na *Petrobras* – eis algumas das “bonanças” conseguidas após o encontro dos fiéis com a IURD, segundo seus testemunhos.

O discurso do pastor, por sua vez, confirma esse discurso do consumo presente nos testemunhos. Eis alguns trechos de suas falas nas reuniões estudadas:

“Não pode acostumar com a pia vazando, com o box quebrado, tv com *Bombril* na antena”.

“Móveis velhos, roupas doadas, não quero migalhas, não quero restos dos outros”.

“Vocês falam mal do país? Vai a Ipanema, vai no Recreio... Esse país tem tudo pra dar certo. Não pode ficar esperando do governo não, tem que cada um se esforçar”.

“Entra lá no *Shopping Leblon* de chinelo de dedo, colarinho puído, amassado, o segurança vai te chamar. Agora vai com roupa bonita, bolsa da *Victor Hugo*, perfumadinho... Eles olham sempre pro sapato e pra bolsa”.

“Você tem que vencer, parar nesse estacionamento com carro blindado, você passa onde for, Linha Amarela... Nossa blindagem é Deus, mas você tem que ter o melhor. Você é filho do Rei”.

“Ta entrando (na IURD) com *Fiat Uno* e vai sair com um *Corolla*”.

“Você lá, numa cobertura do Recreio, Barra, Leblon, fazendo um churrasco. –Ai pastor, eu só quero uma casinha. Casinha quem tem é João-de-Barro, você merece o melhor”.

### **Considerações Finais**

Diferentemente do padrão de consumo observado por Martinez em sua análise de um grupo jovem católico da zona sul carioca, a Catedral da Fé, templo maior da Igreja Universal do Reino de Deus no Rio de Janeiro, exorta palavras como luxo e riqueza, e não somente “atender às necessidades”. Martinez, em sua pesquisa, relata uma passagem interessante:

“Um fato que causou bastantes comentários dentro da comunidade diz respeito a obras realizadas no prédio da paróquia. Ao substituir um piso mais simples por mármore, trocar as cadeiras de madeira por outras mais confortáveis, além de outras sofisticadas, muitos jovens se revoltaram e acusaram a igreja de estar ‘luxuosa demais’. Para grande parte do grupo, a igreja deveria dar o exemplo de simplicidade, evitar gastar desnecessariamente o dinheiro doado pelos paroquianos” (MARTINEZ, 2002, p. 96).

Segundo as observações dessa pesquisa, tal dilema seria impensável dentro da comunidade da IURD. Não há embate entre o pensamento religioso, divino, e a lógica da sociedade de consumo, do mundo terreno. Tanto a Catedral da Fé, como os discursos do pastor da sessão Nação dos 318, como o testemunho dos fiéis dizem: os crentes na IURD estão em busca não do necessário, mas do melhor.

A fala dos participantes desse culto complementa-se a da publicidade, discurso do mundo da produção em nossa sociedade. O pastor e os fiéis enunciam marcas registradas em seus sermões e testemunhos, as posicionando do mesmo modo como a indústria cultural o faz. Os ideais culturais de boa vida também são reproduzidos: uma casa na Barra, com piscina, uma banheira de hidromassagem e um belo carro utilitário na garagem. A promessa da IURD assemelha-se com a promessa de um comercial publicitário bem feito. A harmonia entre tais discursos tem garantido a conquista de muitos fiéis, como mostram os censos e o sucesso empresarial e político da IURD.

### **Agradecimentos**

Agradeço, primeiramente, ao querido professor e orientador Everardo Rocha, pelo respeito, apoio e amizade durante esses doze meses tão especiais na minha vida.

Agradeço a meu marido Diogo Cavour, pelas conversas tão construtivas, pela ajuda em casa e pelo amor incondicional.

À Alice, por me inspirar a ser uma pessoa cada dia melhor.

Ao CNPq pela ajuda financeira que viabilizou essa pesquisa.

## **Bibliografia**

ROCHA, Everardo. **A Sociedade do Sonho: comunicação, cultura e consumo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Mauad Ed., 1995. 232p.

MARTINEZ, Cláudio Alvarez. **Os paradoxos do Consumo: Um Estudo sobre os Jovens Católicos da Zona Sul do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2002. 113p. Dissertação - Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPEAD.

MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, v.18, p.121-137, 2004.

\_\_\_\_\_. Os Neopentecostais e a teologia da prosperidade. In: **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, n. 44, p. 24-44, março de 1996.

\_\_\_\_\_. **O debate acadêmico sobre as práticas monetárias da Igreja Universal**. Trabalho apresentado no Encontro Anual da ANPOCS, outubro de 1998, Caxambu, Minas Gerais.

JACOB, Cesar Romero *et al.* **Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil**. São Paulo, Loyola, 2003.

CONTINS, Márcia e GOMES, Edlaine de Campos. Os percursos da fé: uma análise comparativa sobre as apropriações religiosas do espaço urbano entre carismáticos e neopentecostais. **Pontourbe**, São Paulo, v.1, ano1, julho de 2007.

GUIMARÃES, Márcia. A Catedral Mundial da Fé como Símbolo de Poder da Igreja Universal do Reino de Deus na Paisagem da Metrópole Carioca. **Revista fluminense de geografia**. Rio de Janeiro, ano1, jul-dez de 2005.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS. Armazém de dados da cidade do Rio de Janeiro. ([www.armazemdedados.rio.rj.gov.br](http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br)). Acessado em 10/07/2008.

NAÇÃO DOS 318. Site oficial da sessão. ([www.nacaodos318.com.br](http://www.nacaodos318.com.br)). Acessado em 05/07/2008.