

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA RELIGIÃO

DIANTE DO ALTAR: UM ESTUDO SOBRE
O TURISMO RELIGIOSO EVANGÉLICO EM BELO HORIZONTE – MG

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Ciência da Religião como requisito
parcial à obtenção do título de
mestre em Ciência da Religião por
MIRIANE SIGILIANO
FROSSARD.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo
Ayes Camurça.

Juiz de Fora

2006

Dissertação defendida e aprovada, em 31 de agosto de 2006, pela banca constituída por:

Presidente: Prof. Dr. Euler David de Siqueira

Titular: Prof. Dr. Edin Sued Abumanssur

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Ayres Camurça

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me fazer sonhar a cada dia e principalmente por me auxiliar a construir pouco a pouco cada um desses sonhos.

Agradeço ao meu orientador, Prof. Marcelo Camurça, que me ensinou tanto, que chegava a ficar estupefata com tamanha inteligência e sabedoria.

Agradeço aos professores do mestrado em Ciência da Religião, especialmente os da área de Ciências Sociais da Religião. Agradeço, ainda, à professora Fátima Tavares por suas contribuições na qualificação do projeto de pesquisa.

Agradeço aos meus colegas do mestrado em Ciência da Religião que através da convivência me auxiliaram a conquistar mais essa etapa.

Agradeço aos professores da minha banca, meu colega Euler e o prof. Edin, que aceitaram de bom grado participar desse momento especial.

Agradeço aos meus colegas do Departamento de Turismo, Alice (por empréstimo!), Euler, Eloíse, Érika, Luciana e Marcelo, que contribuíram de forma direta para a concretização desse sonho e que de uma maneira ou de outra torceram por mim.

Agradeço aos meus alunos, em especial aos meus monitores, por entender e me auxiliar nesse importante momento em minha carreira.

Agradeço aos amigos da Primeira Igreja Presbiteriana de Juiz de Fora, que sempre foram mais que amigos e que sempre me acompanharam nesses eventos que pesquisei.

Agradeço à minha família, meus pais, irmãos, primos (à Naty, em especial, pela revisão), tios e agregados, que sempre me apoiaram e me incentivaram nessa caminhada.

Por fim, agradeço de modo especial, ao meu esposo Rafael por ser tão bondoso e carinhoso comigo e por comprar todos os meus sonhos.

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho aos meus pais, Marília e Eloy, que me ensinaram a ser o que sou e que sempre me levaram a entranhar pelo campo da fé, da pesquisa e do conhecimento. São exemplos do melhor tipo de pessoa que pode existir.

EPÍGRAFE

Viajamos por longas estradas e cruzamos águas para ver aquilo que não prestamos atenção quando está sob nossos olhos. Isso ocorre porque a natureza colocou as coisas de forma que saíamos em busca do que está muito distante e permaneçamos indiferentes ao que está próximo, ou porque qualquer desejo perde sua intensidade quando é satisfeito com facilidade, ou porque deixamos para depois o que quer que possamos ver a qualquer momento, sabendo que o veremos muitas vezes. Qualquer que seja a razão, há uma série de coisas em nossa cidade e em seus arredores das quais nem ao menos ouvimos falar, muito menos vimos. Mesmo assim, se elas estivessem no Egito ou na Ásia... teríamos ouvido falar delas, lido a seu respeito, olhado para tudo o que há para ver.

Plínio, o jovem, século II d. C.

SUMÁRIO

RESUMO.....	06
ABSTRACT.....	07
INTRODUÇÃO.....	08
CAPÍTULO 1: (Pós) modernidade, religião e turismo: reflexões teóricas.....	14
1.1 - Histórico das relações entre turismo e religião.....	17
1.2 - Os estudos no Brasil sobre peregrinação e turismo religioso.....	19
1.3 - Teorias sobre o fenômeno da peregrinação.....	21
1.4 - Teorias sobre o fenômeno turístico.....	23
1.4.1 - Características do fenômeno turístico.....	27
1.5 - Características do turismo 'religioso': estudos brasileiros.....	28
1.6 - (Pós) Modernidade e os fenômenos turísticos e religiosos.....	31
CAPÍTULO 2 – Evangélicos no espaço público: um “turismo evangélico”.....	36
2.1 - Secularização, dessecularização e mercado religioso.....	37
2.2 - Os evangélicos no Brasil: um pouco de história.....	40
2.3 - Os evangélicos no espaço público.....	45
2.3.1 – Mídia.....	47
2.3.2 – Política.....	50
2.3.3 – Assistência Social.....	53
2.3.4 – Mercado.....	56
2.3.5 – Turismo.....	58
CAPÍTULO 3 - Eventos evangélicos: o “turismo evangélico” em Belo Horizonte-MG.....	91
3.1 - Campo religioso de Belo Horizonte.....	91
3.2 – Eventos evangélicos em Belo Horizonte.....	94
3.2.1 – Os eventos.....	96
3.2.1.1 – Magnificat.....	96
3.2.1.2 – Clínica Pastoral.....	112
3.2.1.3 – Congresso Internacional de Louvor e Adoração.....	126
3.2.1.4 – Conferência Fogo e Glória.....	155
3.2.1.5 – Confrajovem.....	167
3.2.2 – Os turistas evangélicos.....	171
3.3 - Turismo evangélico em Belo Horizonte: uma análise.....	186
CONCLUSÃO	193
BIBLIOGRAFIA.....	197

RESUMO

Diante do crescimento do fenômeno turístico e evangélico no cenário contemporâneo mundial e brasileiro, este estudo busca verificar como o turismo se desdobra em várias facetas específicas no caso do turismo religioso entre os evangélicos e como pode-se ver o fenômeno religioso evangélico pela via do turismo. Assim sendo, esta dissertação parte de uma análise mais ampla do que procuro configurar como “turismo evangélico” no país, investigando através de um estudo de caso com foco em eventos evangélicos, realizados em Belo Horizonte – MG, como se dá a experiência desse turismo.

PALAVRAS-CHAVE: turismo, religião, evangélicos, espaço público e Belo Horizonte – MG.

ABSTRACT

In face of the raising of the evangelical and tourist phenomenon in the contemporary world, including Brazil, this study seeks to understand how the tourism multiplies itself in many specific faces in the case of the religious tourism among the evangelicals and how we can see the evangelical phenomenon thru the tourism view. So as, this dissertation begins with an analysis which I called as “evangelical tourism” in the country, investigating thru a case focused on evangelical events, that took place in Belo Horizonte-MG, how this tourism experience/fact happens.

KEYS-WORD: tourism, religion, evangelicals, public espace and Belo Horizonte-MG

INTRODUÇÃO

Num lugar onde havíamos, eu e uma amiga, nos hospedado após participar do evento “Fogo e Glória” de 2003, chamado por nós de “muquifo,” debatíamos fervorosamente as recentes práticas no meio evangélico. Entre diversos assuntos, debatíamos sobre temas como cura interior, expulsão de demônios, experiências com o Espírito Santo e namoro entre os evangélicos. Éramos quase 10 jovens vindos de Brasília, Curitiba, Recife, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Por apenas dez reais, dormimos em um quarto coletivo de beliches, separado por uma cortina entre a ala feminina e a masculina, de sábado para domingo. Havíamos nos hospedado ali para participar do culto de jovens da Igreja Batista da Lagoinha, igreja esta com grande repercussão no meio evangélico brasileiro. Diante desse cenário, comecei a perceber a importância que esse fluxo de pessoas, das mais variadas regiões brasileiras, passara a ocasionar em Belo Horizonte – MG. O próprio “muquifo”, localizado próximo à “Lagoinha” se auto denominava como “pousada evangélica”. Assim, percebendo essas e outras facetas que essas viagens traziam, alguns questionamentos começaram a existir.

Por que passar pela experiência de se hospedar no “muquifo”, apenas para conhecer a “Lagoinha”? Quais as diferenças das experiências espirituais em eventos e nas igrejas locais? Por que viajar para encontrar-se com Deus? Acaso Esse não estaria também na igreja local? Estaria havendo uma espécie de “peregrinação evangélica” para Belo Horizonte? Essas e outras questões foram o ponto de partida para que essa pesquisa começasse a se esboçar.

Não era a primeira vez que estava participando de um evento evangélico fora da cidade onde vivo. Já estive em muitos congressos, encontros, seminários etc. em Belo Horizonte e em todo o Brasil. Para participar desses eventos, já me hospedei em albergues da juventude, casa de parentes, hotéis, sítios e escolas. Também dormi no chão, em beliches e em camas de hotéis. Carona, ônibus, van e até carro próprio foram maneiras que encontrei para me locomover até esses eventos. Já tomei banho em maravilhosos banheiros de hotéis, em banheiros públicos, e, ainda, naqueles que se diziam banheiros, mas que em nada pareciam com isso. Essas experiências não ocorreram apenas comigo, mas sempre via crianças, jovens e velhos que se submetiam a essa situação.

Enquanto fiel, estava emaranhada nessa rede de símbolos, ritos, imaginários e representações simbólicas que envolvia esse tipo de viagem religiosa. Mesmo estando dentro desse contexto, sempre procurei observar a dinâmica dos eventos e dos fluxos de viajantes evangélicos. Tais dinâmicas constantemente me inquietaram. Esse desassossego ocorria, talvez, por causa de minha graduação em turismo e por estar envolvida com o ensino, a pesquisa e a extensão, enquanto professora do departamento de turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, desse modo, meu olhar encontrava-se voltado a perceber e ressaltar o fenômeno turístico em qualquer situação. Mais tarde, na posição de estudante do fenômeno religioso ao ingressar no Programa de Pós-graduação em Ciência da Religião, esse segundo momento se tornava ainda mais presente em minha caminhada.

A partir de então, passei a reconhecer as práticas sociais que se davam em função das viagens religiosas. Começara a reparar nos vendedores ambulantes em torno das igrejas e dos locais de evento, no intenso comércio de artigos religiosos, nas pessoas de todas as idades que procuravam vivenciar essas experiências, nas manifestações pentecostais mais aguçadas e intensas nesses eventos. Todas essas coisas começaram a saltar aos meus olhos, de forma que não pude negar o desejo de conhecer mais a fundo as dinâmicas que se travam nesse complexo universo turístico-religioso.

Assim, o tema desse trabalho surgiu primeiramente como uma angústia individual, na complexa e instigante busca de conhecer mais a fundo esse universo religioso, tanto no que tange a uma experiência religiosa como no espectro mais geral das ciências da religião e de uma perspectiva acadêmica do turismo. Desse modo, passo a elencar outros motivos que tornam esse tema um importante campo de pesquisas atualmente.

No que tange ao turismo, o que tem sido possível perceber é que ele tem se tornado uma prática social mais evidente a cada ano. Especialmente a partir da segunda metade do século XX, com as transformações sociais, econômicas e tecnológicas, o turismo se tornou uma importante atividade social e econômica entre as nações. No entanto, o crescimento dessa prática não tem sido acompanhado pelo crescimento das pesquisas sobre o turismo. E isso nos permite dizer que o aumento do turismo tem tornado as pesquisas na área um tanto quanto latente. (GOELDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002, p. 17). No Brasil, somente há trinta anos o turismo passou a ser estudado pelos pesquisadores, o que permite constatar que ainda há um amplo e complexo caminho a ser trilhado pelas pesquisas. A escassez desses estudos é evidente nas mais diversas áreas de conhecimento do turismo tornando-se essencial uma produção sistemática de conhecimento nesta área.

Com essa compreensão, verifico ainda que, no que vem se chamando o campo do “turismo religioso”, os estudos são ainda mais incipientes que nas demais áreas de pesquisas do turismo. Entre os que se destacam neste campo estão aqueles voltados para o turismo em contexto católico, que tratam desse fenômeno sob os mais diversos olhares. De grande relevância estão os trabalhos de Steil (1996, 1998, 2003) que discutem sobre o turismo em datas religiosas, as peregrinações a santuários religiosos e também os que versam sobre a epistemologia do turismo religioso e das peregrinações. Abumanssur (2003) acrescenta à produção na área uma coletânea de estudos que organizou sobre o turismo religioso, traz a sua contribuição particular ao tratar o tema das deambulações religiosas do turismo religioso. Dias e Silveira (2003) somam a esses estudos sobre o turismo religioso uma abordagem que articula turismo, religião, consumo, pós-modernidade e patrimônio. O estudo de Camurça e Giovannini Jr. (2003), sobre os rituais que ocorrem em Tiradentes na Semana Santa e sua relação com o turismo, contribuem ainda para o aprimoramento desse campo de estudos. Destaco por fim a análise sobre as visitas a santuários proposto por Christian Oliveira (2000), dentre outros estudos realizados por esses mesmos autores e por outros. Em outras áreas, que não as do catolicismo, existem também trabalhos relacionados à Nova Era e ao esoterismo, como o de Carneiro (2001), que trata a respeito das viagens realizadas no Caminho de Santiago de Compostela.

É verdade que essa área de pesquisa tem tido um crescente interesse por parte dos pesquisadores das ciências sociais, entretanto, sua produção é ainda pequena se comparado a outros temas. Perante esse quadro de poucas pesquisas e estudos a respeito do turismo religioso no Brasil, e em especial, pela inexistência de investigações sobre deslocamentos turísticos dos evangélicos no país, esse tema se coloca como uma possibilidade de descobertas e como uma perspectiva inicial para outros estudos.

Atualmente, vislumbra-se no cenário religioso nacional um verdadeiro aumento no número de evangélicos no Brasil. Segundo dados do Censo, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, em 1991 a presença dos evangélicos era de 9% da população brasileira, em 2000, esse número aumentou para 15% da população, ou algo em torno de 25 milhões de pessoas. Não somente o aumento quantitativo dos evangélicos tem se tornado evidente, como também a sua forte e recente inserção no espaço público. A participação intensa desse público na vida religiosa brasileira tem levado milhares de evangélicos a viajarem pelo país em busca de novas experiências religiosas, sejam elas de “comunhão com Deus”, sejam de “comunhão com o outro”. Isso pode ser verificado pelo

expressivo aumento dos templos religiosos, dos eventos evangélicos pelo país e de uma maior exposição desse público na mídia, na política e na sociedade.

No entanto, pouco ou nada se sabe a respeito desse “turismo evangélico”. Assim sendo, seu estudo se torna uma ponte para a análise mais completa do turismo e também da sociologia da religião.

Nesse sentido, essa pesquisa busca compreender o fenômeno da religião na (pós) modernidade¹⁶, sob a ótica do turismo. Especificamente, busco compreender o fenômeno evangélico nos eventos de Belo Horizonte ao conhecer e analisar o turismo que se realiza em torno dele como um recorte de algo que tem ocorrido em todo o Brasil.

A escolha de Belo Horizonte, bem como dos eventos analisados nesse trabalho, ocorreu apenas como um recorte de um universo maior. Não há aqui a intenção de dizer que Belo Horizonte é mais evangélica ou que lá ocorrem mais manifestações desse segmento, apenas delimitar o campo de nosso estudo aproveitando a realização do turismo evangélico para essa capital.

Quando trato a respeito de evangélicos, trato em termos genéricos dos grupos cristãos acatólicos, frutos da Reforma Protestante ocorrida em 1517. No campo religioso brasileiro, os evangélicos surgiram a partir da chegada dos protestantes de imigração e depois por outros dois grupos que foram denominados de protestantismo de missões e de pentecostais por estudiosos brasileiros. Esses grupos, ao longo de sua história no país se desdobraram em inúmeras denominações¹⁷ evangélicas. Esse termo é utilizado por autores como Mafra (2001) e Fonseca (2003). Entretanto, essa delimitação será mais aclarada no segundo capítulo, em que apresento uma discussão sobre esse segmento.

O aporte teórico que fundamenta esse trabalho são as pesquisas de autores que englobam a sociologia da religião e a sociologia do turismo, entretanto, se encontra de forma transversal em todo o estudo, uma base weberiana na pesquisa. No caso da sociologia da religião, busco em Berger (2000) e em Hervieu-Léger (*apud* CAMURÇA, 2003) apresentar o contexto religioso em que se encontra o objeto dessa pesquisa, procurando levantar as questões da (pós) modernidade, sua crise e suas configurações, que têm influído no fenômeno da religião. Ainda na sociologia da religião, procuro os autores que se debruçam sobre o fenômeno evangélico no Brasil, dentre eles destaco Mendonça (1984), Novaes (1985),

¹⁶ Opto por utilizar a forma de parênteses para lidar com o termo (pós) modernidade pelo fato de que tal conceito ainda é um tanto quanto controverso, sendo considerado por alguns autores como modernidade tardia ou mesmo como modernidade, simplesmente. Desse modo, procuro estabelecer de forma mais clara o que procuro tratar por (pós) modernidade no subcapítulo 1.6 dessa dissertação.

¹⁷ Por denominações entende-se como cada uma das linhas ou igrejas que compõem o cristianismo.(HOUAISS: 2001, p. 938).

Freston (1994), Campos (1997), Fernandes (1998), Mariano (1999), Sanchis (1999), Birman (2001), Mafra (2001), Fonseca (2003), Giumbelli (2003) e Bittencourt Filho (2003). Em se tratando do turismo religioso, me aproprio do conhecimento produzido por Steil (1996, 1998 e 2003), Abumanssur (2003) e Dias e Silveira (2003). Já no campo da sociologia do turismo, utilizo as contribuições apresentadas por Urry (2001), Burns (2002), Barretto e Banducci (2001) e Acerenza (2002) a respeito do fenômeno turístico e dos autores por eles citados.

A realização dessa pesquisa se deu, num primeiro momento, através da pesquisa bibliográfica dos autores que servem como aporte teórico para esse trabalho, bem como revistas religiosas ou não, jornais religiosos ou não, *sites* da internet e outros que tratam do recente fenômeno evangélico no Brasil. Já num segundo momento, foi realizada uma pesquisa participante, utilizando as técnicas de observação participativa dos eventos, descrição etnográfica dos eventos, entrevistas e levantamento fotográfico. Ao todo, esse trabalho durou cerca de dois anos para ser desenvolvido em todas as suas etapas.

Com base na pesquisa bibliográfica realizo no primeiro capítulo uma breve discussão a respeito das relações entre o fenômeno da religião e o fenômeno do turismo. Nesse capítulo apresento a relação histórica entre os fenômenos, bem como realizo uma verificação entre os conteúdos referentes à peregrinação e ao turismo religioso. Por fim, analiso o fenômeno das viagens religiosas sob a perspectiva da (pós) modernidade.

No segundo capítulo são apresentadas as noções de uma tipologia dos evangélicos no Brasil, o seu contexto histórico, bem como a sua recente irrupção no espaço público. Nesse caso, apresento o turismo como uma outra ótica para se analisar o fenômeno dos evangélicos na sociedade (brasileira) assim como da religião na modernidade, através de um levantamento dos principais tipos de turismo evangélico e de como eles se configuram.

Por fim, no terceiro capítulo, desenvolvo um estudo do turismo evangélico em Belo Horizonte, enfocando cinco eventos realizados anualmente na cidade. Após a apresentação do campo religioso belo-horizontino, apresento uma etnografia dos eventos, bem como os dados das entrevistas dos turistas, gerando ao final uma análise referente ao que decidi chamar de turismo evangélico.

Adentrar a esse novo universo de pesquisa foi uma tarefa difícil, porém muito prazerosa. Descobrir as práticas desse grupo, o que pensam e como se comportam ao estarem nesses eventos, longe de suas residências, convivendo com as mais diversas pessoas que se identificam apenas por um ponto, a sua fé evangélica, é algo prodigioso e motivador. Assim, convido o leitor a conhecer parte desse universo através das páginas que se seguem.

CAPÍTULO 1: (PÓS) MODERNIDADE, RELIGIÃO E TURISMO: REFLEXÕES TEÓRICAS.

Tanto o turismo quanto a religião permitem ao ser humano um libertar-se do seu mundo, do seu cotidiano, e um alçar vôos em direção ao desconhecido, ao “outro”. Da mesma forma que turismo e religião se concretizam no tempo e no espaço, eles também são considerados, nos termos da abstração humana, como forma de saciação dos desejos, necessidades e aspirações do ser humano, tornando-se, assim, um campo de inúmeras possibilidades de conhecimento. Essa interseção, entre os dois fenômenos, nos concede a liberdade de discorrer a respeito de suas inter-relações e de apresentar questões referentes a cada uma das partes.

No sentido de se compreender a inter-relação entre turismo e religião, este capítulo busca analisar os conceitos e as características, apresentadas por estudiosos dos temas, a respeito da peregrinação e do turismo. Para isso, realizo uma revisão bibliográfica dos conceitos que podem ser encontrados num campo de aproximações e disputas – peregrinação e turismo religioso – bem como traço alguns apontamentos sobre a relação histórica entre as viagens e a religião e, posteriormente, essa relação na (pós) modernidade.

Como forma de seqüenciar logicamente os temas, o presente capítulo estruturar-se-á da seguinte maneira: inicia-se com a relação histórica entre o fenômeno das viagens e o fenômeno da religião; em seguida, faz-se uma análise das possíveis relações entre as viagens antigas e o turismo contemporâneo; mais adiante, procura-se apresentar a importância da atividade turística como via para a compreensão do fenômeno social como um todo e especialmente na religião – nesse momento apresenta-se a etimologia dos termos peregrinação e turismo e ainda faz-se um levantamento das principais correntes de estudos de ambos os fenômenos; a seguir, apresenta-se alguns autores e suas interpretações sobre a relação entre a peregrinação e o turismo; e, por fim, realiza-se uma breve exposição da influência (pós) moderna na compreensão desses fenômenos.

1.1 - Histórico das relações entre turismo e religião.

Apesar de o turismo ser um fenômeno bastante recente na história da humanidade, os antecedentes¹⁸ históricos do turismo são tão antigos quanto a própria história da humanidade. O turismo tem como uma de suas origens as viagens¹⁹ empreendidas há milhares de anos. Desde os mais remotos povos da terra, todos se deslocavam de alguma forma. Entretanto, não se pode considerar que essas viagens eram, de fato, turismo – fenômeno que tem seu marco inicial no período da Revolução Industrial. No entanto, essas serviram como alicerces precedentes àquilo que é denominado atualmente como turismo. Assim, não se tem a pretensão de apresentar a história do turismo, mas fatos que contribuíram como antecedentes históricos deste.

Para Theobald (2001, p. 27), “o homem viaja desde o início dos tempos, quando seus antepassados primitivos percorriam freqüentemente grandes distâncias em busca da caça que lhes fornecia o alimento e o agasalho necessários à sobrevivência. Durante todo o curso da história as pessoas têm viajado para realizar transações comerciais, por motivos religiosos, econômicos, guerras, migrações e por outras razões igualmente prementes.”

Desde os tempos antigos os homens viajam por diversos motivos, dentre eles, o motivo religioso. A religião foi um forte motivador de fluxos de viajantes durante todas as épocas. Na civilização grega, as celebrações de caráter religioso levavam diversos fiéis às cidades gregas de Atenas, Delfos, Corinto e Olímpia. Foram essas festas que deram origem aos Jogos Olímpicos, pois congregavam as mais diversas pessoas com o intuito de, através de competições esportivas, celebrarem os seus deuses (ACERENZA, 2002).

Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 46) confirmam essa afirmação e ainda complementam apresentando que “começando em 776 a.C., cidadãos de cidades-estados juntavam-se a cada quatro anos para homenagear Zeus através de competições atléticas. Nesse processo, quatro destes grandes festejos acabaram surgindo: os Jogos Olímpicos, os Jogos Pítios, os Jogos Ístmicos e os Jogos de Neméia. Cada festival tinha sacrifícios e orações a um

¹⁸ Vale ressaltar que estamos tratando de fatos que antecedem ao turismo, mas que contribuíram, de certa forma, para a prática turística moderna. Entretanto, Silveira (2003, p.53, 54 e 55) faz uma crítica a esta idéia de se tratar as viagens pré-turismo como um processo evolutivo do turismo, evocando os ideais evolucionistas da cultura, conforme Tylor, teoria essa que já se encontra ultrapassada. Ele afirma que isso ocorre em função da criação de um “mito de origem” do turismo, buscando, com isso, legitimar e sustentabilizar essa prática como uma prática imemorial.

¹⁹ O termo viagem não significa o mesmo que turismo. Viagem, no contexto assumido, diz respeito apenas ao deslocamento, enquanto, turismo relaciona-se, ainda, a toda a gama de serviços que envolvem esse deslocamento, tanto no local de origem, como na destinação.

deus único. Eles honravam a deidade oferecendo um desempenho atlético ou artístico grandioso.”

Nesse mesmo período também existiam viajantes em busca de aconselhamento com os oráculos, especialmente os localizados em Dondona e Delfos. Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) afirmam que estadistas, generais e outras figuras influentes da sociedade buscavam orientação antes de tomar atitudes importantes.

Os romanos também viajavam para visitar templos e santuários e para participar de festividades, fato esse que se desenvolveu após o advento do cristianismo, afinal nesse momento tiveram início as peregrinações à Terra Santa. (ACERENZA, 2002). No entanto, durante parte da Idade Média, as viagens sofreram forte retração, especialmente em função da insegurança²⁰.

Logo após esse período, pequenos grupos começaram a aventurar-se em função de um desejo maior que era o de peregrinar aos locais sagrados como Santiago de Compostela, Canterbury e Terra Santa, conforme é apresentado por Swinglehurst (2001, p.104):

Quando os barões e príncipes da Europa começaram a restabelecer a lei e a ordem auxiliados pelo comando espiritual e moral da Igreja, as viagens recomeçaram. No nível superior elas eram organizadas pelos lordes e reis que reuniram exércitos para libertar a Terra Sagrada dos infiéis [...]. Num nível mais modesto, a viagem de grupos de peregrinos foi inicialmente para os lugares sagrados da Europa, tais como Santiago de Compostela, no norte da Espanha, Canterbury, em Kent, na Inglaterra e várias cidades de mosteiros da Itália.

Reinaldo Dias (2003, p. 19) destaca ainda que “em outras partes do mundo, ocorriam peregrinações a lugares santos promovidos por religiosos hindus, budistas, muçulmanos e outras crenças.”

O retorno das viagens religiosas, especialmente as cruzadas, foi algo extremamente relevante naquele período, como apresenta Acerenza (2002, p. 63). Segundo o autor, as peregrinações permitiram o surgimento de um guia do viajante do século 14, com detalhadas informações sobre os locais que faziam parte do caminho, bem como das hospedagens que poderiam ser encontradas.

Urry (1996, p.19) também contribui no sentido de resgatar a importância das viagens religiosas como fator propiciador do que hoje se trata por turismo:

Nos séculos XII e XIV as peregrinações se haviam tornado um amplo fenômeno, “praticável e sistematizado, servido por uma indústria crescente de redes de hospedarias

²⁰ Segundo Antônio Oliveira (2001, p. 18), “Com a queda do Império Romano, em 476, as viagens de prazer acabaram, ocorreu grande declínio do comércio e as estradas foram destruídas. A motivação de viajar reduziu-se drasticamente pela insegurança que os povos bárbaros (visigodos, ostrogodos, vândalos) causaram com as invasões na maior parte das terras dos romanos.”

para viajantes, mantidas por religiosos, e por manuais de indulgência, produzidos em massa” (Feifer, 1985, p. 29). Essas peregrinações incluíam freqüentemente uma mescla de devoções religiosas, cultura e prazer. No século XV haviam excursões organizadas que iam de Veneza à Terra Santa.

Desse modo, pode-se afirmar que a institucionalização do turismo está intimamente ligada às peregrinações, obviamente não se tratando do mesmo fenômeno, que ao longo do tempo deram origem ao aparecimento das pousadas, hospedarias na beira dos caminhos, povoados, portos e cidades, onde os viajantes podiam pernoitar, descansar e dispor de alimentação, bebida e até mantimentos para a continuação da viagem.

Durante todos esses anos de existência da humanidade, a religião e as viagens se articularam. Com as transformações sofridas pela sociedade, fruto de revoluções tecnológicas, culturais, sociais e demográficas, outro fenômeno entrou em cena: o turismo. Protagonizando a situação, entretanto, somente nas últimas décadas do século XX e no princípio do século XXI é que se verifica um estreitamento de relações entre os fenômenos religioso e turístico, análogo ao que existiu entre religião e viagens mencionado acima.

Esse fato do “estretar de laços” alcançou, inclusive, os estudiosos de ambos os fenômenos, especialmente, os antropólogos e sociólogos da religião, que passaram a dar mais atenção ao campo²¹ do turismo. Acredita-se que o voltar de olhos para este campo, na maioria das vezes, surge no intuito de aprofundar o entendimento sobre a humanidade e suas relações sociais, especialmente no que se refere à religião. Estudiosos entendem que o turismo permite o conceito de “afastamento”, de uma ruptura limitada com rotinas e práticas bem estabelecidas da vida cotidiana, aceitando que os “sentidos se abram para um conjunto de estímulos que contrastam com o cotidiano e o mundano” (URRY, 1996, p.17). Assim como alguns rituais (DAMATTA, 1977, p. 29), o turismo permite um *close up*, ou seja, realçar, colocar em destaque dinâmicas sociais que passam despercebidas no fluxo cotidiano.

Em outras palavras, levar em consideração como os grupos sociais constroem seu olhar turístico é uma boa maneira de perceber o que está acontecendo na “sociedade normal”. Assim, em vez de constituir um tema banal, o turismo é significativo em sua capacidade de revelar aspectos de práticas normais, que, caso contrário, poderiam permanecer opacas. Revelar o funcionamento do mundo social requer freqüentemente o emprego de metodologias contra-intuitivas e surpreendentes, tal como é, neste caso, a investigação do “distanciamento”, presente no olhar do turista. (URRY, 1996, p. 17)

²¹ “O turismo, as férias e as viagens são fenômenos sociais mais significativos do que a maioria dos comentaristas têm levado em consideração. [...] Com efeito, desde que os cientistas sociais sentem muita dificuldade em explicar tópicos de maior peso, como o trabalho ou a política, poder-se-ia pensar que eles teriam maiores dificuldades em dar conta de fenômenos mais banais, tais como tirar férias.” (URRY, 1996, p. 16).

1.2 - Os estudos no Brasil sobre peregrinação e turismo religioso.

No Brasil, alguns autores ²² têm dedicado especial atenção ao tema do turismo com um olhar sobre a religião. Esses estudos a respeito do tema apresentam em comum o reconhecimento da complexidade e a dificuldade ao se lidar com conceitos como “peregrinação” e “turismo religioso”.

Se observarmos apenas o conceito de turismo, já encontramos nele algumas complicações. Conceituar o turismo tem sido uma árdua tarefa para os estudiosos desse fenômeno por sua multifacetada apresentação. Diferentes autores e instituições elaboraram ²³ conceitos que divergem entre si quanto aos elementos analisados, ao foco do conceito (econômico, humano ou acadêmico, dentre outros) e às categorias consideradas turismo. Alguns buscam conceituá-lo com enfoque no sistema econômico, enquanto outros buscam entendê-lo sobre os aspectos sociais, políticos ou ambientais. Desse modo, apresento três conceitos de turismo que conseguem, em sua junção, expressar aquilo que acredito poder aclarar a temática desse estudo.

Segundo Wainberg (2003, p. 81), o turismo “é um encontro, um fenômeno de consumo e interação simbólica”. Nesse caso, Wainberg privilegia o caráter das relações sociais que se travam na esfera turística. Rosa (2002, p.32) entende que, “o turismo, como a festa, é um signo de valor social, sua prática não significa simplesmente conhecer determinado lugar, consumir objetos, sons, costumes e culturas. Nessa atividade, as pessoas não permutam apenas mercadorias, mas símbolos, significações, serviços e informações, ou seja, como atividade a ser consumida, também denota esse valor”, complementando e explorando mais a fundo as idéias esboçadas por Wainberg. Por fim, lanço mão da definição de Wahab (*apud* TRIGO, 1998, p.12), em que o turismo se apresenta como “uma atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e como elo de interação entre povos, tanto dentro como fora de um país. Envolve o deslocamento temporário de pessoas para outras regiões ou países visando à satisfação de outras necessidades que não a de atividades remuneradas.”

Steil confirma essa complexidade ao afirmar que na relação entre a “peregrinação” e o “turismo religioso”, esta se apresenta como “um ponto de interseção nodal, onde se pode

²² Dentre eles destaco STEIL (1996, 1998, 2003a, 2003b), OLIVEIRA, C. (2000), ABUMANSUR (2003), DIAS, R. (2003), SILVEIRA (2003a, 2003b), GERMINIANI (2003), CAMURÇA e GIOVANINI JR. (2003) e CARNEIRO (2004).

²³ Para saber mais sobre as questões de conceituação do turismo, consultar Barreto (1995).

verificar a tensão entre os múltiplos significados que colocam em tela aspectos fundamentais da cultura.” (1998, p. 01). Isso quer dizer que nesse campo encontram-se diversificados olhares e narrativas sobre objetos, que em alguns casos têm desejo de semelhança (VELHO,1998). Ao se questionar sobre esse ponto, Abumanssur complementa afirmando que,

Há aqui uma questão epistemológica: a peregrinação pode ser vista tanto como um fenômeno religioso quanto como um fenômeno turístico. No caso da antropologia, o “turismo religioso” não é tratado como uma segmentação do mercado turístico, tal como acontece com o olhar educado para ver esse fenômeno como mais uma demanda mercadológica. Tratar o evento da peregrinação em sua dimensão religiosa abre o espectro de análise para que sejam incorporadas, além do lazer e do consumo, também as tensões e contradições dos agentes envolvidos, com elementos constitutivos desse tipo de vivência da fé, ou seja, a romaria é um fenômeno religioso que traz em si a complexidade do próprio campo onde se insere. Nesse caso, o turista religiosamente motivado é mais do que um trabalhador em férias. Ele é o foco de convergência de transformações no campo religioso, reunindo e resumindo em sua prática de fé as atitudes que reconfiguram esse campo e expressam as formas como a religião é vivenciada em nossa modernidade. (2003, p. 55)

Pode-se perceber que a tensão exposta por Steil está diretamente relacionada ao que Abumanssur afirma. Silveira complementa esse entendimento ao afirmar que essas temáticas não possuem senso comum entre a “comunidade de cientistas sociais”, “pelo contrário, trata-se de um campo em conflito, no qual a polêmica nominalista e taxinômica tende a se perder num emaranhado de conceitos e categorias que se interpõem e se mesclam a questões de poder/legitimidade no debate científico.”(2003, p. 69)

Entretanto, essas categorias – peregrinação e turismo religioso – estabelecem uma relação particular com a realidade a que estão inseridas ou aos grupos que as usam para designar suas atividades. Ou seja, essas categorias são empregadas dependendo de contextos e tempos e, por isso, levam a perceber tomadas de posição, como “filiações ideológicas, posições hierárquicas e visões de mundo diversificadas dentro de um campo heterogêneo de práticas sociais e crenças religiosas que compõem a sociedade local.” (STEIL, 2003b, p. 30)

Sobre essa questão, Carneiro (2004, p. 92 e 93) resume bem, em uma importante análise da interface entre turismo e peregrinação, a idéia até aqui esboçada.

Em termos analíticos, a peregrinação e o turismo se apresentam como duas estruturas de valores e sentidos distintas. No entanto, no nível empírico, estes campos aparecem sempre imbricados, tornando suas fronteiras bastante fluidas e híbridas, constituindo-se em estruturas de significados que se articulam e se combinam de várias maneiras formando arranjos sempre renovados e em permanente mutação. De acordo com Steil (1999), nesta imbricação podemos ver surgir um novo campo que podemos denominar de turismo religioso.

Se considerarmos a peregrinação em termos etimológicos, esta se remete ao termo latino *peregrinatio, ónis*, que se refere a “viagem” (HOUAISS, 2001, p.2185); no sentido de dicionário, a palavra refere-se a “jornada a lugares santos ou de devoção” (HOUAISS, 2001, p. 2185). Steil se apropria da definição de Dupront (*apud* STEIL, 2003b, p.30) sobre o que significa ser peregrino: “o estrangeiro, aquele que vive alhures e que não pertence à sociedade autóctone estabelecida, ou seja, é aquele que, pela força do prefixo, percorreu um espaço e, neste espaço, encontra o outro”.

Por outro lado, se considerarmos a etimologia da palavra turismo, pode-se encontrar que esta deriva do termo *tour* que vem do latim *tornare* e do grego *tornos*. Esses termos significam “uma volta ou círculo, o movimento ao redor de um ponto central ou eixo” (THEOBALD, 2001, p. 31). Entretanto, no inglês a palavra passou a significar movimento em círculo de uma pessoa. Assim, adicionado ao sufixo *ismo*, o termo sugere a ação de um movimento em círculo, tendo um ponto de partida, que depois de certo deslocamento, retorna a esse ponto inicial. (THEOBALD, 2001). Nesse caso, o sujeito do turismo se desloca de seu ponto fixo para outro desconhecido e depois retorna ao ponto inicial.

Etimologicamente, os termos peregrinação e turismo encontram semelhanças no fato de que ambos tratam do deslocamento de indivíduos, ou seja, de uma jornada. Nesse caso, o sujeito de ambos os fenômenos percorre determinado espaço em busca do “outro”²⁴, e, ainda, é considerado estrangeiro no local de destino. No entanto, o termo peregrinação vai além, ao trazer a idéia de que essa viagem é em busca de lugares santos ou de devoção. No turismo, além da jornada da ida, a definição insiste no fato de que o turista também deve voltar ao seu ponto de início ou origem. Nessa situação, tomando o turismo com motivações religiosas, ou seja, por motivações que evoquem o sagrado, cria-se uma discussão que vai muito além das concepções etimológicas, que é a idéia de ser ou não esse tipo de turismo um tipo de peregrinação.

1.3 - Teorias sobre o fenômeno da peregrinação

Para Steil (2003a), a peregrinação pode ser entendida segundo três grandes correntes: a funcionalista, a do paradigma turneriano e a do campo de disputas de discursos e sentidos. Na primeira, temos a perspectiva durkheimiana, ou seja, a concepção de um grande festival religioso como unificador do social e regenerador moral do grupo, que serviu como um

²⁴ Assume-se que esse “outro” pode caracterizar-se como outra realidade, outra paisagem, outro lugar ou mesmo, outras pessoas.

paradigma para a compreensão do fenômeno da peregrinação. Esse ritual é analisado, de forma que,

[...] acaba construindo uma concepção do sagrado que o toma como uma realidade transcendente, universal e unificadora, totalmente divorciada das implicações mundanas, de modo que as crenças e práticas religiosas passam a ser vistas como produto das forças sociais que emergem de uma comunidade humana idealizada. Assim, o sagrado existe não como uma realidade espiritual autônoma perante o social ou o indivíduo, mas como o próprio “social” que se expressa por meio de símbolos e rituais religiosos. (STEIL, 2003b, p. 39)

A compreensão durkheimiana de sagrado tem se tornado a base para o estudo das peregrinações por alguns antropólogos que associam as práticas rituais coletivas em torno de santuários à formação de identidades grupais. Nesse sentido, além de ser um “rito local” mais amplo, é também uma forma de “compensar ou complementar a introversão desses cultos, imprimindo nos participantes uma identidade mais abrangente e mais inclusiva” (STEIL, 2003b, p. 39).

Ainda na corrente funcionalista, podem também ser encontradas duas outras interpretações: uma de corte marxista e outra na perspectiva da experiência religiosa. Na primeira, entende-se o fenômeno como um meio de produção e manutenção de ideologias que legitimam a dominação e a opressão em contextos políticos. Já a perspectiva fenomenológica baseada em Mircea Eliade “concebe o sagrado como algo ímpar, que transcende o próprio social, sendo acessível, portanto, exclusivamente pela experiência religiosa” (STEIL, 2003b, p. 40). Nesse panorama os locais de peregrinação são compreendidos como locais de manifestação do sagrado, em oposição ao espaço profano ao seu redor.

A segunda grande corrente é a do paradigma turneriano. Baseado nas concepções de Victor Turner, em que as peregrinações na sociedade contemporânea são um fenômeno atual e moderno, rompe com a tradição funcionalista e apresenta uma outra perspectiva para a compreensão desse fenômeno. Ancorado nos estudos de Van Gennep sobre os rituais de passagem, Turner busca o entendimento das práticas peregrínicas, identificando nesses eventos, as etapas propostas por Van Gennep.

Segundo Turner, os peregrinos, ao deixarem suas casas e comunidades, entram num estado de liminaridade enquanto viajam para o lugar sagrado, de onde retornam transformados, para serem reintegrados em suas comunidades de origem. Durante o tempo do deslocamento, se desengajam da estrutura da sociedade em que vivem seu cotidiano e inauguram outra forma de relacionamento social, que alcança seu clímax quando emerge a *communitas*. Nesse contexto, as normas cotidianas de status social, hierarquia e interação são idealmente abandonadas a favor do aparecimento de uma associação espontânea e de experiências compartilhadas num ambiente de indiferenciação e igualitarismo. Estrutura e

communitas, no entanto, não são vistas pelo autor como realidades diametralmente opostas, mas dialeticamente conectadas (STEIL, 2003b, p. 42).

Nesse sentido, a peregrinação apresenta-se com um caráter antiestrutural que tende para a *communitas*, mas em alguns casos reflete - e também reforça - a estrutura secular. Esse modelo teórico criado por Turner trouxe um significado poderoso e universal, uma experiência com grande força de transformação que confere um sentido heurístico à peregrinação. Ela passa a ser capaz de representar a própria dinâmica social (STEIL, 2003a).

A teoria de Turner permitiu que se estabelecesse uma ponte entre duas experiências do sagrado que, geralmente, são vistas como opostas. Uma que o define a partir da estrutura social, em que a religião aparece incorporada no dia-a-dia, como um instrumento de reforço e sustentação das relações sociais estabelecidas e consagração das hierarquias e dos poderes instituídos. A outra que coloca fora do contexto mundano, como algo que transcende o social e se funda na radicalidade do indivíduo. Essas duas experiências estão dialeticamente conectadas e podem ser acessadas, no esquema teórico de Turner, por meio da peregrinação, na medida em que esta remete o observador a estes dois momentos: o da estrutura, em que predomina a experiência cotidiana e social do sagrado e o da *communitas* (antiestrutura), em que se estabelece um contexto de universalismo transcultural, no qual o encontro com o sagrado restaura a pessoa na sua essência individual. Como observam Eade e Sallnow (1991), os estudos de Turner ao enfatizarem um modelo universal de peregrinação, definido como a busca universal do sagrado, acabam apresentando um ideal de sociedade baseado na fraternidade e na igualdade radical e utópica que encontraria seu fundamento no sagrado. (STEIL, 2003b, p. 43)

A última corrente, apresentada por Steil (2003b), percebe as peregrinações como um campo de disputa entre discursos que se apresentam simultaneamente, tais como religioso e secular, popular e institucionalizado, entre outros. Nesse mesmo sentido, entende que esta prática “cria e estimula um campo variado de transações religiosas e inter-religiosas, culturais, interculturais etc., num sistema abrangente de trocas econômicas e políticas”(p.45) Sendo assim, ela permite a difusão de novas idéias e práticas religiosas ou reafirma suas ortodoxias, caracterizando a peregrinação como um campo de disputas entre discursos e sentidos.

Além disso, essa corrente focaliza o domínio de narrativas e discursos – os quais se apresentam nos eventos e que são dinâmicos em sua essência - sempre em constante mutação. Desse ponto de vista, o que há no fenômeno da peregrinação é uma diversidade de discursos e significados, multiplicidade essa que se encontra nos diferentes indivíduos e grupos sociais que interagem no fenômeno. Steil (2003b, p. 46) afirma que,

Com base nessa nova perspectiva, funcionalistas e turnerianos partilhariam de um mesmo ponto de vista, que consiste em analisar as peregrinações em termos estruturais, como espelhos refletindo um sistema de relações sociais que as transcende e que seria único e coerente. [...] Em contraposição, seu olhar se dirige preferencialmente para a diversidade de contextos históricos, culturais, religiosos, sociais, econômicos e políticos que são atualizados nesses eventos, nos quais as fronteiras entre passado e presente, tradições e

modernidades, ortodoxias e dissidências, classes e hierarquias sociais, produtores e consumidores, elites e povo etc. se deixam revelar, mas também se tornam porosas ao mesmo tempo em que se afirmam.

Deslocam, assim, o foco da sua interpretação das estruturas e relações sociais para o domínio de narrativas e discursos que são veiculados nos eventos por peregrinos de diferentes lugares e tradições que chegam ao local, residentes com suas divisões internas por conta da disputa pela herança material e espiritual do sagrado, especialistas religiosos diferentemente posicionados diante do evento a partir de interesses pessoais e institucionais etc. Essa variedade de discursos, com seus múltiplos sentidos e compreensões, seria, para esses autores, constitutiva do próprio culto da peregrinação, assim como os mútuos “mal-entendidos” que decorrem do modo como cada grupo interpreta as ações e os motivos dos outros em termos do seu próprio discurso específico (Eade e Sallnow, 1991, p. 5)

Nessa perspectiva, o que deve-se buscar são os elementos – pessoa, lugar e texto – que permitem um “lançar de olhos” sobre como as diferentes práticas e as diferentes experiências de peregrinação, as quais convivem, interagem e geram uma resultante, mesmo que por “mal-entendidos entre os discursos”.

Assim, essas três correntes discutidas por Steil fazem com que se perceba a complexidade do fenômeno peregrínico, que ora pode ser compreendido de uma forma, ora de outra, dependendo de textos e contextos específicos, não permitindo, portanto, generalizações. Ao contrário, em determinadas atividades de peregrinação, nota-se a diversidade, podendo-se encontrar concepções de *communitas*, bem como uma multiplicidade de discursos (ora complementares, ora opostos) e, ainda, uma forma de inclusão e reforço de laços sociais.

1.4 - Teorias sobre o fenômeno turístico

As teorias que surgiram para entender o turismo são ainda bastante iniciais, conforme alega Urry (1996, p. 23). No entanto, os aspectos conceituais do turismo abarcam as diversas correntes de pensamento. Essas correntes se baseiam essencialmente nas teorias sociológicas e têm sua origem nas denominadas teorias compensatórias. Segundo Acerenza (2002, p. 27-28) “essas teorias se baseiam no princípio do mérito”. De acordo com essa noção, o descanso é merecido, como o ócio se apresenta como uma compensação aos esforços e penalidades que formam a essência da vida produtiva do ser humano. Esses conhecimentos se agrupam em duas correntes principais: as chamadas teorias humanistas e as denominadas teorias da alienação.

As teorias da alienação têm sua origem nas críticas marxistas feitas à sociedade capitalista dentre as quais destacamos as realizadas por Adorno, Horkheimer e Marcuse. Essas teorias se identificam com o que se conhece como a Escola de Frankfurt cuja influência

também se fez sentir no campo do turismo (ACERENZA, 2002). Como representantes dessas teorias sobre o turismo destacam-se Turner e Ash. Para eles, o turismo de massa e a indústria que o produz manipulam e exploram as pessoas. Acrescentam que este turismo de massa não só trabalha com indivíduos alienados nos países emissores, mas também traz malefícios às sociedades receptoras e a massificação da indústria cultural que existe nos países desenvolvidos.

Em muitos casos, entende-se o turismo como uma forma de imperialismo dos que vêm de fora sobre os que se encontram no local visitado. Essa visão é compartilhada por Turner e Ash. Segundo eles, o turismo moderno se caracteriza como uma busca incessante por prazer que prejudica as culturas locais e que contamina o mundo em suas buscas. No entanto, essas transformações trazidas pelo turismo não são culpa exclusiva dos que vêm de fora, mas também dos “nativos” que permitem e participam desse processo de “turistificação”²⁵ (BURNS, 2002, p. 100 – 101).

Outra análise que cabe nessa corrente é a dos “pseudo-acontecimentos” que é feita por Boorstin. Ele afirma que o turismo de massa promove viagens em grupos guiados e seus participantes encontram prazer em atrações inventadas com pouca autenticidade, experimentam com firmeza os “pseudo-acontecimentos” e não levam em consideração a realidade que os cerca. Assim, tanto produtores do turismo, quanto populações nativas são induzidos a produzir exposições cada vez mais extraordinárias, que afastam os turistas do contato com a população local. Nesse caso, o conceito de “estranhamento” não existe, uma vez que o turista se encontra em uma “bolha”, ou seja, isolado do que acontece ao seu redor. Turner e Ash desenvolvem e refinam essa tese, sugerindo que, em certo sentido, “a sensualidade e o senso estético do turista tornam-se tão restritos quanto o são em seu lugar de origem. Isso é ainda mais intensificado pelo modo relativamente superficial mediante o qual as culturas nativas têm de ser necessariamente apresentadas ao turista” (URRY, 1996, p. 23 e 24). Burns (2002) entende esse posicionamento como nada original e caracterizando seus pressupostos como sendo fracos ou presos a uma visão de mundo fechada e fragmentada²⁶. Para ele, o que esse enfoque faz é negar a diversidade do turismo. Entretanto, com base no

²⁵ Entende-se a “turistificação” como o processo de transformação de bens em “estado bruto” ou *in natura*, tais como cachoeiras, praias, museus etc. , de forma a torná-los apropriados a bem receber, manter e apoiar toda a atividade do turista em visita. Ou seja, é o processo que se configura na mudança da matéria prima do turismo para os bens de consumo “industrializados” da atividade turística.

²⁶ Burns questiona o posicionamento dos cientistas sociais na análise do turismo. Para ele “é válido perguntar se existe uma espécie de esnobismo no que escrevem, no que se refere ao turismo de ‘massa’ e seu conceito social, ou a suposição de que este é errado, de algum modo, ou até mesmo antipatizado pelos consumidores.” (2002, p. 52)

que foi até agora exposto, não se discutirá qual interpretação é mais ou menos válida, apresentando-as apenas.

As teorias humanistas do ócio e do turismo são o conjunto de doutrinas e ideologias que vêm, nas referidas atividades, algumas das mais genuínas manifestações da personalidade humana. Essas consideram que os valores do amor, da criatividade e da liberdade do indivíduo são manifestados com maior intensidade no ócio e no turismo. Defendem que “não haveria guerra no mundo se os assuntos estivessem nas mãos dos responsáveis pela atividade turística” (ACERENZA, 2002, p. 28). Segundo os defensores dessa teoria, o turismo é capaz de contribuir para a paz mundial a partir do momento em que facilita o encontro e a comunicação entre os povos e a sua compreensão.

No entanto, é possível perceber que essas duas correntes não conseguem abarcar as principais discussões sobre o turismo. Pelo contrário, constroem visões estereotipadas do turismo e de suas relações sociais. Numa possível terceira corrente, poderiam ser encontrados autores que não se posicionam nem nas teorias humanistas, nem nas teorias da alienação, mas num posicionamento em que o que está em jogo é o contexto e o texto pelo qual tanto o objeto quanto o sujeito se encontram, não sendo experiências possíveis de generalizações.

Cohen, ao defender esse outro ponto de vista sobre o fenômeno, questionando as afirmações de Boorstin sobre os “pseudo-eventos”, argumenta que não existe o turista enquanto tal. Ou seja, não se pode estender os resultados da observação de alguns casos ao conjunto dos casos a respeito do turismo, uma vez que cada experiência, tanto de quem recebe, quanto de quem é recebido é diferente em diversos contextos e tempos. Assim, para ele, o que existe é uma diversidade de tipos de turistas ou modos de experiência turística, não sendo possível fazer generalizações. O que Cohen salienta com isso é que, apesar de poder existir essa “bolha” ambiental, na verdade, muitas vezes ela não é tão limitada a ponto de não permitir o contato do visitante com pelo menos parte daquilo que chamamos de alteridade e também com as peculiaridades do local. (URRY, 1996)

Outro autor que questiona o posicionamento de Boorstin é MacCannell. Preocupado com a inautenticidade e a superficialidade da vida moderna, ele cita Simmel para tratar das impressões sensoriais vivenciadas na “metrópole”. Para ele, também não existe apenas um olhar sobre o mesmo objeto, mas uma descontinuidade constante de olhares. (URRY, 1996) MacCannell entende que,

Todos os turistas personificam a busca da autenticidade, e essa busca é uma versão moderna da preocupação humana universal com o sagrado. O turista é uma espécie de peregrino contemporâneo, procurando autenticidade em outras “épocas” e em outros “lugares”, distanciados de sua vida cotidiana. Os turistas demonstram um especial fascínio pelas

“vidas reais” dos outros, que, de certo modo, possuem uma realidade difícil de descobrir em suas próprias experiências. A moderna sociedade está, portanto, institucionalizando rapidamente os direitos dos forasteiros de examinar seu funcionamento (URRY, 1996, p. 24 e 25).

Assim, o que pode ser encontrado são realidades distintas daquela referente às suas vidas cotidianas, e isso pode servir como um panorama a ser descoberto, tanto em direção ao outro, quanto em direção a si mesmos. Os turistas podem, através do contraste colocado em contato com o “estranho”, repensar seus valores, idéias e práticas cotidianas.

Outro ponto interessante sobre o turismo é a forma como esse se torna um voraz consumidor de espaços, culturas e tradições. MacCannell compara o turista que consome de tudo com “uma espécie de canibal simbólico – com turistas consumindo não apenas recursos e bem materiais, mas as próprias culturas nas quais estão inseridos, fazendo paralelo, assim, com uma das motivações para alguns tipos de canibais [...]” (BURNS, 2002, p. 66 e 67).

MacCannell entende que normalmente existe um processo de sacralização de objetos do ritual turístico, que passam a ser objetos de desejo do consumidor-turista. “Inúmeros estágios estão envolvidos nisso, a saber, a paisagem, o enquadramento e a elevação, a veneração, a reprodução mecânica do objeto sagrado e a reprodução social, à medida que novas paisagens recebem um nome que homenageia alguém ou algo famoso” (URRY, 1996, p. 26).

Essas teorias, apesar de contribuírem com a inserção de princípios ideológicos e filosóficos às discussões, devem também ser tidas como interpretações particulares do fenômeno tratado. O que pode ser visto é que, se por um lado os humanistas trazem uma compreensão do fenômeno do ponto de vista – talvez idealizado – das relações humanas que se travam no turismo, por outro, os da teoria da alienação permitem o entendimento do turismo sob o enfoque das significações das funções da atividade, muitas vezes caracterizando-a como uma forma de imperialismo. Por fim, as alternativas de análise se posicionam num espaço que ora se vê por um lado, ora por outro, buscando verificar os textos e contextos em que a atividade em estudo se realiza, não permitindo assim, tais generalizações.

1. 4. 1 – Algumas considerações sobre o fenômeno turístico

É importante, nesse estudo, caracterizar alguns fatos do ato de fazer turismo. Características estas que permitirão compreender se e como a atividade de viagens dos evangélicos a templos e eventos confessionais atualmente se configura como turismo

(religioso). Desse modo, alguns autores apresentam suas contribuições na compreensão desse fenômeno.

Nash entende que o turismo é “[...] resultante da interseção das histórias de duas ou mais culturas e subculturas [...] Ele torna-se um processo que envolve a geração de turistas, suas viagens e seus encontros subseqüentes com pessoas em alguma sociedade anfitriã. Tal encontro implica transações entre turistas, seus agentes e anfitriões, que afetam as pessoas e culturas envolvidas.” (*apud* BURNS, 2002, p. 104). Nesse trecho, pode se verificar que Nash leva em consideração as relações referentes à demanda por viagens e que acabam por gerar a oferta de bens, serviços e trocas entre aqueles que desejam tal experiência e aqueles que as ofertam, traçando uma linha entre as histórias de um e do outro.

Selwyn (1994) concorda e aprofunda esse entendimento ao afirmar ser o turismo um conjunto de inter-relações no ambiente econômico, político, social e cultural mais amplas possíveis. Sob esse enfoque, pode-se dizer que o turismo ultrapassa a noção simplória de viagem e alcança um envolvimento e repercussão na economia, na política, na cultura e na sociedade em que ele se manifesta.

Entendendo o turismo como uma prática cultural pós-moderna, Urry (1996) é outro autor que contribui para um estudo sistemático da motivação do turista sob uma perspectiva da ciência social e também como um contraste com a vida cotidiana. Ele acrescenta, ao buscar através do “olhar do turista”, compreender as motivações que levam os humanos a empreender viagens e de que forma isso contribui no sentido de compreender a sociedade.

O conceito apresentado por MacCannell é mais amplo em suas considerações. Ele enfatiza que o turismo também é um conjunto de ideologias envolvendo a história, a natureza e a tradição, que atua de forma a dar significados e resignificados conforme suas próprias intenções.

O turismo é o terreno principal para a produção de novas formas culturais em uma base global. Em nome do turismo, capital e pessoas modernizadas têm sido enviados para as regiões mais remotas do mundo, mais além do que qualquer exército jamais foi enviado [...] Em resumo, o turismo não é apenas um agregado de atividades meramente comerciais; ele é também um conjunto ideológico de história, natureza e tradição, um conjunto que tem o poder de dar nova forma à cultura e natureza de acordo com suas próprias necessidades. (*apud* BURNS, 2002, p. 105)

Outro autor que envereda a tecer considerações sobre o fenômeno turístico é Burns. Sua principal contribuição está na aproximação dos campos da peregrinação e do turismo, através das semelhanças encontradas em tais fenômenos. Ele se baseia nas idéias de Durkheim, Van Gennep e Turner para realizar suas reflexões. Fundamentado na visão de Durkheim, apresenta a idéia de que o turismo colabora no sentido de reforçar os sentimentos

coletivos e a integração. Já nas idéias de Van Gennep e Turner, entende o turismo como um ritual.

Assim como Burns, autores como MacCannell, Nash, Boorstin e Cohen também colaboram na formulação de outras considerações sobre o fenômeno turístico. Seguindo a mesma linha traçada por Burns, expressam suas opiniões sobre a relação entre o turismo e a peregrinação. Porém não há unanimidade nas visões. Alguns consideram que o turismo pode ser visto como uma peregrinação por permitir um encontro com o “eu” e o “outro”. Outros consideram que estas são atividades distintas, pois contrapõem os conceitos de autêntico e não-autêntico. E há, ainda, aqueles que vão por um “caminho do meio”, entendendo que, em alguns casos, o turismo e a peregrinação se assemelham e que, em outros, eles são completamente distintos. (BURNS, 2002) Nesse caso, Burns conclui que,

Sob essas circunstâncias, o turismo não pode estar tão fortemente conectado com a casa e com uma peregrinação; portanto não, turismo não é peregrinação! Apenas verdadeiros peregrinos estão envolvidos com um cosmo externo à sua sociedade e cultura nativas. Contudo, o papel do turista pode ser combinado com o de peregrino, e um indivíduo pode ter a sensação de pertencer a mais de um cosmo; portanto sim, o turismo é uma forma de peregrinação! (2002, p. 120 e 121)

1.5 - Características do turismo religioso: estudos brasileiros

Alguns cientistas sociais da religião brasileiros também têm buscado tentar compreender a relação entre as peregrinações e o turismo. Talvez o mais antigo estudioso desses fenômenos seja Steil, que, ao estudar as romarias ao Santuário de Bom Jesus da Lapa, dá início a esse campo de pesquisas.

Fazendo uma análise sobre os dois fenômenos, Steil entende que,

O termo turismo religioso possui uma conotação secularizada e nos remete a uma estrutura de significado que se afirma de fora para dentro do campo religioso. Ou seja, peregrinação e romaria são categorias êmicas, usadas por peregrinos, romeiros e mediadores religiosos que se posicionam no campo religioso, ao passo que o turismo religioso é externo a essas categorias, sendo usado preferencialmente em contextos político-administrativos. Os agentes religiosos, assim como os peregrinos e romeiros de um modo geral, resistem ao uso do termo turismo para designar a experiência de deslocamentos por motivos religiosos. (2003b, p. 35)

Para Steil, a diferença básica entre o turismo e a peregrinação está no fato de que, no turismo, o “olhar” é externo e por isso mesmo esse evento pode ser considerado turístico; e, na peregrinação, há de fato uma imersão no sagrado através da viagem. (2003b, p. 35)

Abumanssur (2003, p. 54) discute o turismo religioso como um evento moderno da tradicional peregrinação. Para ele, entender o turismo religioso como peregrinação somente se tornou possível em “virtude de um profundo processo de secularização da cultura, que gera, de um lado, novos padrões de religiosidade e, de outro, concede maior autonomia às ciências no tratamento das religiões como fenômenos sociais.” Nesse sentido, ele afirma que a modernidade “turistificou” o antigo fenômeno da peregrinação ao contribuir com os serviços de alimentação, hospedagem, transporte, agenciamento e entretenimento. Entretanto, ele faz ressalvas no sentido de que nem toda peregrinação é uma forma de turismo, destacando os casos em que se encontre um componente sacrificial e purgativo (p. 57 e 58).

Amaral (2001) entende que tem havido uma interpenetração nos campos da religião e do turismo. Nesse caso, há uma dupla reapropriação. Para ela, as religiões/religiosidades estão incorporando signos, símbolos e estruturas ‘profanas’. Já a cultura de consumo se apropria dos significados religiosos para se expressar. Assim, nessa relação entre peregrinação e turismo religioso o que se encontra é uma via de mão dupla, em que o religioso se apropria dos serviços profanos e o profano se apropria da relação com o sagrado.

Germiniani (2003) complementa a visão de Amaral, inserindo a idéia do turismo como consumo. Para ela, o turismo religioso provém do surgimento de uma estrutura turística de significados e valores que se inseriu de maneira sutil na tradição peregrínica. Nesse sentido, entende que surgem novas categorias, como peregrinos turistas ou turistas religiosos, que, ao se deslocarem para os locais ‘sagrados’ – mesmo que em sentido diverso às tradicionais peregrinações – “incorporam de forma significativa o turismo como mediação do sagrado, através de elementos mercadológicos e de consumo associados ao próprio evento turístico” (GERMINIANI, 2003, p. 127).

Carneiro realiza uma análise em que considera o turismo religioso como uma nova possibilidade surgida da conjugação dos elementos da religião com os elementos da atividade turística, e destaca ainda a importância de se atinar para o diálogo e as possíveis tensões entre esses campos, conforme se pode verificar:

Esta nova área híbrida conjuga elementos ditos “religiosos” com uma estrutura turística de significados e valores em um permanente diálogo, sem que um predomine sobre o outro. [...] Tanto em sua dimensão religiosa – ao ampliar o espectro de análise para incorporar o lazer e o turismo – quanto em sua dimensão turística, ao expor as contradições e tensões dos diferentes agentes envolvidos na construção dos eventos, trazem à tona a complexidade dos próprios campos onde se inserem.

Estamos diante de experiências rituais que no sentido “mais tradicional” poderiam ser denominadas de peregrinações, mas que no contexto atual de uma sociedade moderna (brasileira), se constituem em pólos de atração de pessoas, justamente por assumirem também, em sua expressão, um aspecto turístico e de lazer. Na construção dessas

espacialidades, a relação entre religião e turismo pode ser considerada como um dos elementos centrais.

Neste sentido, ao invés de entender o universo ou mundo do turismo como separado (exterior) ao universo ou mundo da peregrinação ou achar que, por serem universos distintos, o turismo poderia introduzir elementos estranhos e deturpar um sentido “original” de peregrinação, procuro compreender o diálogo e as possíveis tensões entre estes dois campos, como a emergência de uma expressão moderna de “peregrinação”, que estou chamando de turismo religioso (2004, p. 92 e 93).

Assim como Burns, Steil também realiza um levantamento das idéias de MacCannel e Cohen, mas acrescenta ainda a posição de Amirou sobre a relação entre turismo religioso e peregrinação.

Segundo Steil, MacCannell entende que “o turismo moderno pode ser visto como uma continuação das peregrinações tradicionais, carregando sentidos e valores que em outros momentos estiveram condensados nessa experiência religiosa”(STEIL, 1998, p. 1). Nesse caso, Steil reafirma a mesma impressão de Burns a respeito do autor.

Procurando pensar esse elo entre os dois fenômenos, de acordo com Steil, Cohen pensa que “a peregrinação e o turismo reinventam uma experiência que permite às pessoas, ao defrontar-se com o ‘outro’, tomarem um distanciamento crítico em relação aos valores, às idéias e às instituições que regem suas vidas cotidianas” (STEIL, 1998, p. 2). Assim, Steil insere a idéia de que o distanciamento do cotidiano pode ser encontrado em ambos, mais uma vez corroborando com o que Burns afirma.

Outro autor usado por Steil para explicar as relações entre turismo religioso e peregrinação é Amirou. Para Steil é esse autor que toca mais fundo na análise dos fenômenos. Amirou entende que turismo e peregrinação são tidos “não apenas como experiências históricas de múltiplas formas de deslocamento espacial, mas sobretudo como categorias explicativas e de compreensão da realidade que condensam estruturas de significados que estão sendo atualizadas e reavaliadas na prática social” (STEIL, 1998, p. 2).

Para Steil, o que Amirou quis ressaltar é que enquanto a peregrinação remete ao modelo da *communitas*, o turismo leva ao modelo de sociedade de corte, também entendida como *societas*²⁷, em que se encontram “narrativas meta-sociais que demarcam fronteiras e condensam traços fundamentais de duas formas diversas de sociabilidade” (STEIL, 1998, p. 3). Assim, para ele, existe um espaço entre as duas práticas, mas que, em certas circunstâncias, se misturam, não estando claros os limites entre elas.

²⁷ O termo *Societas* é aqui utilizado no sentido que Nobert Elias o entende. Steil faz uma ressalva de que *communitas* e *societas* são modelos ou tipos abstratos, não podendo tomá-los como formas empíricas de sociabilidades, embora se atualizem em determinadas sociedades e grupos sociais. São portanto, tipos-ideais, no sentido dado por Weber (1998, p. 2)

Ao fazer esse resumo das idéias dos autores que tratam das duas temáticas propostas, Steil (1998, p. 4) aponta para a indefinição e fluidez de fronteiras na prática dessas atividades que, assim, apresentam múltiplas possibilidades de combinações e arranjos, entendendo que ambos os fenômenos dependem do tempo e do espaço para se configurarem como um ou como outro.

1.6 - (Pós) Modernidade e os fenômenos turístico e religioso

Épocas diferentes levam a diferentes configurações e sentidos. Sendo assim, a (pós) modernidade inseriu novos padrões (ou não padrões) de comportamento religioso, empregando nova dinâmica nas estruturas da peregrinação e do turismo.

Apesar de ter sido previsto por diversos estudiosos da religião²⁸, o declínio da religião não ocorreu com a sociedade moderna, mas uma nova situação se instalou. Em parte, essa situação se explica em função do processo de secularização. Nele, a religião se tornou algo de foro íntimo, dizendo respeito à vida privada e não mais constituindo a “grande narrativa da história”²⁹. Assim, o processo de secularização levou ao fenômeno do pluralismo religioso, surgindo novas formas de religiosidade (BERGER, 1999).

“Segundo a genealogia da sociedade moderna (BERGER, 1999), a diferenciação estrutural desencadearia um pluralismo de cosmovisões, valores e normas, destruindo a situação de monopólio religioso e colocando a religião como um bem a ser ofertado num mercado constituído por ‘consumidores’ de sensações, por indivíduos que afirmam sua liberdade de escolha” (SILVEIRA, 2003, p. 74). Por outra parte, a religião irrompe no social, mas de uma forma “desinstitucionalizada” e “desregulada”, atravessando os domínios da economia, do poder, da tecnologia e, combinando-se com eles, tais como a indústria cultural, o turismo etc.

Moesch (2002) acredita que a (pós) modernidade é um processo identificatório, em que a ética torna-se estética³⁰ gerando a mistura de gêneros, a convivência da tradição com

²⁸ Sobre religião e (pós) modernidade, ver Bourdieu (1990) Giddens (1991).

²⁹ Desse modo, as antigas estruturas de plausibilidade, que garantiam o ancoradouro das visões de mundo em certezas subjetivas, acabaram se enfraquecendo na medida em que foi sendo instaurada a moderna sociedade industrial.

³⁰ Segundo o Dicionário Houaiss, estética seria: “parte da filosofia voltada para a reflexão a respeito da beleza sensível e do fenômeno artístico. Segundo o criador do termo, o filósofo alemão Alexander Baumgarten (1714-1762), é a ciência das faculdades sensitivas humanas, investigadas em sua função cognitiva particular, cuja perfeição consiste na captação da beleza e das formas artísticas. No *kantismo*, estudo dos juízos por meio dos quais os seres humanos afirmam que determinado objeto artístico ou natural desperta universalmente um sentimento de beleza ou sublimidade. No *hegelianismo*, estudo da beleza artística, que apresenta em imagens

elementos progressistas, do antigo com o moderno, dos mais variados estilos de viver. Assim, o que se pode perceber é que a (pós) modernidade não trouxe formas identitárias, nem limitações, mas trouxe novas formas de cognição, especialmente, nas faculdades sensitivas humanas (SILVEIRA, 2003b).

Se por um lado a modernidade diz respeito à diferenciação estrutural, o desenvolvimento separado de inúmeras esferas institucionais e normativas de campos como a família, a ciência e a economia, por outro, a (pós) modernidade envolve a desdiferenciação. Ou seja, na (pós) modernidade, o que existe é uma ruptura do caráter distinto de cada uma dessas esferas de atividades sociais, sobretudo a esfera cultural. “Cada uma delas implode na outra [...]” (URRY, 1996, p. 120).

Nesse sentido, as experiências não são mais relativas apenas às instituições como família, Estado e Igreja, mas o próprio indivíduo passa a ser o caminho pelo qual a experiência se dá. Silveira afirma que,

Alguns autores (SANCHIS, 1992, 1995) defendem o argumento que, na contemporaneidade, o indivíduo deteria a autoridade/legitimidade de optar por idéias, valores e comportamentos. Até em certos setores das religiões tradicionais, o indivíduo vem sendo cada vez mais o critério de verificação/falsificação da experiência, muito mais que livros, hierarquias e ritos. Há uma intensificação da emoção como critério de veracidade da experiência (SANCHIS, 1992), explicando, por exemplo, a combinação, aparentemente inconciliável, entre posturas políticas, artísticas e religiosas (2003b, p. 44).

Assim, Silveira (2003b, p. 45) defende o argumento de que, enquanto na modernidade o que se encontrava era a produtividade e a indústria, o que se vê na (pós) modernidade é que o mundo segue uma lógica de consumo que “produz colecionadores de sensações/atrações”.

Enquanto a modernidade reforça os limites, a (pós) modernidade reforça a fluidez de fronteiras e não proclama os conceitos como únicos. Nesse sentido, a firme diferença entre peregrinação e consumo, entre turismo e consumo e entre turismo e peregrinação, se torna opaca, estando cada campo indissolivelmente interligado.

Outra mudança trazida pela (pós) modernidade é o fato de que há uma ruptura de pelo menos algumas das diferenças “entre o objeto cultural e o espectador, de tal modo que ocorre um encorajamento ativo em relação à participação desse mesmo espectador” (URRY, 1996, p. 121).

Esse fenômeno trouxe às últimas décadas do século XX uma abertura para os elementos da (pós) modernidade se entrelaçarem aos elementos da religião. A

sensoriais, ou representações sensíveis, a verdade do espírito, do princípio divino, ou da idéia harmonia das formas e/ou das cores; beleza” (HOUAISS, 2001, p.1253)

religião/religiosidade contemporânea encontra diversos elementos da (pós) modernidade em suas formas. Se, por um lado, podem ser encontrados os vínculos institucionais fortes, por outro, também tem surgido uma pluralidade de práticas religiosas. Entretanto essas fronteiras não podem ser facilmente delimitadas na prática, como são feitas na teoria.

Atualmente, a religião tem sido vivenciada em/através de elementos seculares. Assim se encontra o fenômeno da mídia, do mercado e inclusive do turismo. Antes espaçados, o secular e o profano se encontram hoje em ampla imbricação. O consumo de bens religiosos parece permitir e facilitar, assim, a mistura tanto de produtos quanto de posturas ‘religiosas’ e ‘não-religiosas’. Desse modo, o turismo pode ser uma nova forma de vivenciar a espiritualidade, mediado pelo consumo do sagrado.

A religiosidade que se funda, atualmente, na sociedade contemporânea é marcada pela heterogeneidade, sincretismo e incompletude. Pode-se notar também que a religiosidade tem sido vivenciada em locais, rituais e eventos, mediada por elementos tidos como seculares, mas agora capazes de inspirar experiências religiosas. [...]

Pretendo sugerir, nesse caso, que a lógica do consumo moderno, além de não ter sido excluída da experiência religiosa, tem sido, ao contrário, colocada em foco, apresentando-se como condição necessária para uma sacralização ampliada do mundo cotidiano. Tal sacralização, oferece à esfera de bens de consumo material uma dimensão ética, via consumo de bens espirituais, num movimento de mão dupla.

Essa busca por uma sacralização ‘radical’ do cotidiano que se expande, inclusive, em direção ao campo do consumo, lazer e diversão nos leva a perguntar se a esfera do ‘consumo’, *locus* tradicionalmente considerado como profano, secular e material, não poderia ser pensada também como um lugar de produção e transmissão de significados morais e espirituais, colocando em questão o monopólio dessas funções pelos rituais tradicionalmente tidos como religiosos ou agências religiosas tradicionais (GERMINIANI, 2003, p. 123 e 124).

Em outro sentido, Silveira (2003a, p. 71) afirma que as “fronteiras entre as mais diversas dimensões da sociedade (religiões/consumo, espiritualidade/mercado, ciência/vida) se tornam borradas” e, portanto, o turismo como oposição à religiosidade se torna algo *démodé*, sendo muito mais apropriada uma porosidade entre esses campos.

As mudanças que ocorreram a partir das últimas décadas do século XX influenciaram seriamente a noção de turismo. A era da comunicação de massa transformou o olhar do turista. Mas, na verdade, diversas características da (pós) modernidade já estavam prefiguradas nas práticas turísticas existentes. O turismo é, intrinsecamente, parte da experiência contemporânea da (pós) modernidade. Todavia, fruto de processo (pós) moderno, as mudanças sofridas no processo de viajar têm sido rápidas e significativas. Urry (1996, p. 118) argumenta que “tais mudanças não podem ser separadas dos desenvolvimentos estruturais e culturais da sociedade contemporânea e que apresentam maior amplitude”. Nesse caso, também pode-se encaixar a religiosidade no turismo.

Colaborando no sentido de interligar a (pós) modernidade, a religião e o turismo, Urry acrescenta uma análise da experiência imaginada/vivenciada na prática turística. Idéias como devaneio e expectativa, além de estarem diretamente vinculado a esses fenômenos, levam a uma profunda relação com o moderno consumismo. Essa relação pode ser verificada, atualmente, em sua interseção com o fenômeno religioso. Nesse processo de transformações propostas pela (pós) modernidade, a televisão, a propaganda, a literatura, o cinema, a fotografia etc. contribuíram no sentido de organizar socialmente as práticas e olhares sobre o turismo. A esse respeito, Urry afirma:

Argumentei que o caráter do olhar é fundamental para o turismo. Campbell, no entanto, faz uma colocação importante, relacionada mais genericamente com o caráter do consumo enquanto tal. Ele afirma que o devaneio e a expectativa, ambos disfarçados, são processos fundamentais para o consumismo moderno. Os indivíduos não procuram a satisfação a partir dos produtos, de sua seleção, aquisição e uso. Na verdade a satisfação nasce da expectativa, da procura do prazer, que se situa na imaginação. A motivação básica das pessoas, em relação ao consumo, não é, portanto, simplesmente materialista. Elas procuram, sim, vivenciar “na realidade” os dramas agradáveis que já vivenciaram em sua imaginação. [...]

É difícil conceber a natureza do turismo contemporâneo sem ver como tais atividades são literalmente construídas em nossa imaginação pela propaganda e pela mídia, bem como pela competição consciente entre diferentes grupos sociais. Se Campbell está certo ao afirmar que o consumismo contemporâneo envolve a busca do prazer imaginário, então o turismo constitui, com toda a certeza, um paradigma. O turismo envolve necessariamente o devaneio e a expectativa de novas e diferentes experiências, que divergem daquelas normalmente encontradas na vida cotidiana. Tais devaneios não são autônomos, porém. Envolvem o trabalho com a propaganda e outros conjuntos de signos, gerados pela mídia, muitos dos quais dizem respeito claramente a processos complexos de emulação social (1996, p. 29 e 30).

Práticas turísticas diversas são autorizadas em termos de uma variedade de discursos. E isso pode ser percebido também no ato de fotografar. O turismo se utiliza da fotografia como um modo de transcrever a realidade. Não a realidade como um todo, mas partes dela. É através dela que o turista comprova que algo ocorreu de fato, que ele esteve lá presenciando tal evento ou apreciando tal objeto. Entretanto, cabe ressaltar que as fotografias são resultado de significantes, nas quais o fotógrafo-turista seleciona, estrutura e molda aquilo que vai ser registrado. Normalmente isso leva à construção de imagens idealizadas do objeto fotografado (URRY, 1996).

Assim, o que se pode perceber é que, em função das transformações ocasionadas por esse novo tempo, os padrões turísticos não são fixos, ao contrário, permitem sempre a dúvida, podendo ser encontradas situações e circunstâncias em que o consumo do turismo se apresenta de maneira diferenciada.

Isso quer dizer que, ao pensar sobre a (pós) modernidade, sobretudo ela deve ser encarada com certa relatividade, deixando claro que “não se trata de um termo que se refere a toda a sociedade nem a uma determinada esfera da atividade” (URRY, 1996, p.119), mas sim a um sistema de signos e símbolos específicos no tempo e no espaço.

As discussões como as de Boortins, Turner e Ash sobre a inautenticidade da cultura turística são questionadas na (pós) modernidade, uma vez que, nessa perspectiva, surgem perguntas a respeito de o que seria de fato autêntico, o que viriam a ser representações e, ainda, se haveria de fato o lugar substantivo da realidade ou se seriam suas significações.

Entretanto, é importante fazer uma ressalva.

Lash argumenta que o pós-moderno deveria ser pensado como um paradigma cultural ou um tipo ideal. Agir assim é reconhecer que existem outros elementos culturais importantes que estarão presentes em determinada sociedade, que muitos fenômenos culturais incorporam elementos de diferentes tipos ideais, que diferentes sociedades são mais ou menos pós-modernas e que algumas regiões e cidades são mais pós-modernas do que outras, dentro da mesma sociedade (URRY, 1996, p. 120 e 121).

Nessa perspectiva (pós) moderna sobre o fenômeno religioso e o fenômeno turístico, o que se percebe é que as imagens, os signos e os símbolos apropriados pelo turismo religioso permitem uma nova experiência religiosa, em consonância com os novos tempos. Assim, a mercantilização e o consumo de espaços relativos à religiosidade passam a fazer parte da experiência (pós) moderna, que permite empreender escolhas entre idéias, valores e comportamentos. Essas práticas podem ocorrer por meio da seleção de uma ou mais significantes, pela via de arranjos sincréticos ou de dupla-apropriação. Esse ponto de contato e intercâmbio no qual os indivíduos empreendem suas vivências e constroem significados para suas práticas, realizam bricolagens e buscam o êxtase, considerada como uma espécie de “zona pós-moderna”, podem se configurar como endurecidas ou porosas (SILVEIRA, 2003a, p. 88).

Portanto, segundo Silveira (2003a), o vínculo entre a religião e o turismo, nessa “zona pós-moderna” seria dado no grande fluxo de pessoas, imagens, crenças e consumo, dos/nos mais diversos lugares associados à religião/religiosidade; ao mesmo tempo que ocorre uma operacionalização, ou um aparelhamento de determinados aspectos religiosos em que esteja presente um importante apelo turístico. Ao se operacionalizar ou aparelhar determinados aspectos da religião, como as peregrinações, podem ocorrer a mercantilização dos lugares e da religião. Assim, encontra-se o que tem se configurado como turismo religioso atualmente. Dessa forma, o que se nota é que “tanto o peregrino quanto o turista consomem objetos, peças artesanais ou industrializadas, nacionais ou importadas, produzindo significados para sua

situação social e conduta, ligadas por sua vez a diferenciações culturais e econômicas. Tanto um quanto outro, suas crenças e ritos são mediados pelo mercado” (SILVEIRA, 2003b, p. 53).

Em outro aspecto, ao serem forasteiros, o peregrino e o turista religioso se assemelham. Estes podem produzir um estranhamento no contato com o “outro”, possibilitando, nesse contato, a ocorrência de experiências que permitam refletir sobre seus valores, idéias e instituições que fazem parte de suas vidas. Ambos os fenômenos envolvem o deslocamento. A idéia de deixar um lugar de origem e chegar a outro que não é o seu habitual e, depois de realizadas as atividades previstas, retornar, é encontrada em ambos os casos. E o seu retorno ocorre, comumente, com “novos olhares” sobre si e sobre o “outro”.

Talvez, o que se nota é que, na externalidade da prática, tanto as peregrinações, quanto o turismo religioso, apresentam as mesmas características. Nos dois casos, o que tem se visto é o deslocamento, o consumo dos serviços turísticos, a compra de *souvenir*, o processo de “estranhamento” e o uso do devaneio e da expectativa na cooptação destes, dentre outras características. Entretanto, suas principais diferenças/semelhanças estariam nos quesitos intrínsecos dessas práticas. As motivações dos que viajam, os desejos, as mudanças ocorridas, as percepções, as formações do grupo etc. poderiam tanto gerar diferenças quanto semelhanças entre essas esferas. Esse argumento surge a partir do momento em que encontramos características da (pós) modernidade nessas práticas, não sendo possível afirmar com veemência que determinado indivíduo está de fato praticando turismo religioso ou peregrinação. Talvez esteja praticando ambos e talvez nenhum deles. Assim como Silveira (2003b) afirma, não seria correto falar em turismo religioso, mas em turismos religiosos.

Portanto, nesse contexto (pós) moderno, fazer generalizações sobre a religião e o turismo é um empreendimento equivocado, especialmente quando se trata de um fenômeno ainda não estudado, como é o caso do turismo entre os evangélicos. Fazer afirmações que busquem enquadrar esse tipo de turismo em uma narrativa predominante pode vir a não mostrar toda a amplitude ou mostrar equivocadamente a realidade desse evento.

Assim, nesse capítulo, busquei levantar as principais idéias referentes aos fenômenos da peregrinação e do turismo, recapitulando outros estudos realizados por autores brasileiros e estrangeiros que contribuíram com a composição de um quadro teórico que permite uma reflexão sobre os fenômenos da peregrinação e do turismo, especialmente o turismo religioso. Esta reflexão permitiu o levantamento das diversas interpretações dessas práticas que serão aplicadas/testadas em viagens realizadas pelos evangélicos para Belo Horizonte – MG, sendo apresentadas as diferentes formas de se realizá-las, com o intuito de contribuir para uma ampliada aplicação/verificação dos conceitos citados na prática.

CAPÍTULO 2: EVANGÉLICOS NO ESPAÇO PÚBLICO: UM “TURISMO EVANGÉLICO”

As estruturas das relações sociais, no que tange ao espectro da religião, têm se transformado de forma bastante dinâmica atualmente. Diante de uma quantidade quase inesgotável de religiões, templos e crenças a escolha de uma fé depende dos mais diversos fatores. Cada uma dessas crenças busca se posicionar frente à realidade social a qual se insere, seja de maneira mais efetiva, seja de modo brando. Assim, busca-se compreender um pouco a respeito da presença dos evangélicos na esfera pública atualmente, especialmente no que se refere às práticas turísticas. Para isso, apresenta-se, num primeiro momento, a questão da modernidade e do pluralismo religioso e suas conseqüências no campo religioso brasileiro, mais especificamente na raiz protestante, e, num segundo momento, a questão da presença dos evangélicos na esfera pública no país, especificamente relacionando-os ao turismo.

Atualmente no Brasil, vemos uma grande efervescência quanto ao fenômeno religioso diretamente relacionado aos evangélicos no país. Sendo surpreendidos com números cada vez maiores de convertidos às igrejas evangélicas, conforme Fernandes (1998), diversos pesquisadores³¹ têm se atido a estudar esse fenômeno.

Fernandes (1998) explicita a importância do estudo desse fenômeno se baseando em algumas prerrogativas. A primeira é o fato do notável crescimento da população evangélica na América Latina, o que foi percebido como um intrigante fenômeno de sucesso cultural. A segunda se relaciona com a visibilidade que esse segmento busca, sempre colocando em destaque sua fé e sua mensagem de boas novas. Outro fator é o impacto desse segmento no campo religioso, uma vez que, através da conversão, isso se repercute em uma mudança de vida e valores morais, ou seja, uma ruptura marcante no aspecto comportamental. A quarta é a presença na vida pública, envolvendo-se na política e nas questões sociais. E por último, a interpenetração desse segmento nas camadas populares e nos bairros carentes e com alto grau de violência.

³¹ (MENDONÇA, 1984), (NOVAES, 1985), (FREESTON, 1994), (CAMPOS, 1997), (FERNANDES, 1998), (MARIANO, 1999), (SANCHIS, 1999), (BIRMAN, 2001), (MAFRA, 2001), (FONSECA, 2003), (GIUMBELLI, 2003) (BITTENCOURT FILHO, 2003).

Sabe-se, entretanto, que os evangélicos são apenas mais um grupo religioso dentro de uma extensa diversidade que teve seu início, de forma específica para essa era, na Reforma Protestante. Como é apontado por Berger (1985), este grupo é fruto da secularização iniciada na Reforma Protestante. Surgindo na Reforma, mas encontrando na moderna sociedade industrial um ambiente propício a essas transformações, as antigas estruturas religiosas de plausibilidade, que garantiam o ancoradouro das visões de mundo em certezas totalizantes, acabaram por enfraquecer-se.

2.1 – Secularização, dessecularização e mercado religioso

Através da perda de plausibilidade das instituições religiosas, surge o que Berger (1985) aponta como um fenômeno de mercado, o pluralismo religioso. Esse fenômeno é um correlato socioestrutural da secularização da consciência. Desse modo, é possível analisar a secularização de tal forma que ela pareça ser um reflexo de processos infra-estruturais concretos na sociedade moderna. O processo de pluralismo religioso é resultado da ruptura do monopólio religioso, e instaura a competição entre diferentes definições da realidade. Assim, qualquer busca de reconquista tradicionalista ameaça dismantelar os fundamentos racionais da sociedade moderna. A característica dessa nova situação é a perda da antiga segurança das estruturas religiosas que garantiam a submissão de suas populações, sendo as adesões hoje, algo voluntário. E a busca por fiéis, muitas vezes, regidas pelo mercado.

Berger (1985) explicita, ainda, que a religião atualmente saiu do espaço público e social e partiu para o espaço privado e individual. A fé não é mais algo de todos, mas para todos. Depende da escolha de cada um. E é nesse âmbito de oferta e procura que diversas religiões e denominações são criadas e formadas. Cada uma com objetivos específicos e públicos definidos.

A teoria da secularização apresenta diversos equívocos, como alega Berger (2001) posteriormente. Na verdade, ele argumenta que a teoria de que a modernidade levaria ao fim da religião pode ser falsa. Segundo ele, com poucas exceções, encontramos um mundo extremamente religioso. É claro que a modernidade trouxe certos efeitos secularizantes, mas também foi a responsável pela aparição de poderosos movimentos contra-secularização.

Berger (2001) alega que ao invés do fim da religião, ou da adaptação da religião a uma fé secularizada e racional, o que se vê é o retorno de antigas práticas e crenças religiosas, especialmente conservadoras, ortodoxas ou tradicionalistas, bem como o surgimento de movimentos religiosos completamente imersos no sobrenaturalismo reacionário. No entanto,

Berger (2001), ao se perguntar por que essa ressurgência ocorre, responde, imediatamente, com dois aspectos. O primeiro aspecto apontado por ele é de que a modernidade tende a abalar os fundamentos aos quais as pessoas conviveram ao longo da história, levando a uma disposição desconfortável e intolerável, e, que por isso, os movimentos religiosos que afirmam possuir certezas se tornam atraentes. Como segundo aspecto ele afirma que uma visão puramente secular da realidade encontra seus fundamentos numa cultura de elite, que acaba por influenciar outros grupos não pertencentes a essa elite. Assim, os movimentos com uma propensão visivelmente anti-secular pode, desse modo, atrair indivíduos com ressentimentos provocados ocasionalmente por motivações evidentemente não-religiosas.

Apesar da contribuição de Berger, é conveniente citar a reformulação do conceito de secularização que Hervieu-Léger realizou. Segundo Camurça (2003, p. 260), Hervieu-Léger afirma estar ultrapassado o debate, nos moldes “clássicos”, sobre a secularização. Assim, a contribuição que a autora trás é no sentido de se analisar as características das “novas expressões religiosas”. Ela argumenta que essas expressões são

[...] constituídas na intensidade *afetiva* das relações de seus membros e através da manifestação física disto (beijos, abraços) (1990b); na busca estética e ecológica de um espaço favorável à convergência emocional dos participantes e na atenção dispensada às formas não-verbais de expressão religiosa; na preeminência do corpo e dos sentidos sobre a formalização doutrinal-teológica, numa rejeição à ‘religião intelectual’ e a seus especialistas (1990c; 1996a). Instauraram o primado da experiência sobre qualquer norma ou controle, o que implica numa fragilidade no contorno dos grupos: entra-se e sai-se dele com facilidade, pois não há laços formais de identificação. A idéia de obrigação e permanência está ausente das ‘comunidades emocionais’, pois é a fluidez expressa pela instabilidade dos estados afetivos que serve de critério para autenticidade da experiência espiritual. (CAMURÇA, 2003, p. 260 e 261)

Conforme Camurça (2003), Hervieu-Léger busca uma perspectiva articulada, abarcando no interior da tensão entre tendências “secularizantes” e “dessecularizantes” o aspecto intrinsecamente contraditório do próprio processo de secularização. Para isso ela se utiliza dos esquemas durkheimiano e weberiano para interpretar essas “novas expressões religiosas”, chegando a conclusão de que uma terceira via, a do contraditório, poderia se colocar de forma positiva nessa interpretação.

Ainda segundo a autora, a perda de influência da religião é uma conseqüência menos presente do que um radical processo de mudança ocorrido na idéia de secularização na modernidade ocidental. “A ‘secularização’ das sociedades modernas não se resume no processo de evicção social e cultural da religião com a qual ela tem sido frequentemente confundida. A secularização é um processo cultural complexo, que combina a perda de

controle dos grandes sistemas religiosos [...] e a recomposição (sob uma forma nova) das representações religiosas.” (HERVIEU-LÉGER *apud* CAMURÇA, 2003, p. 263).

Hervieu-Léger acrescenta ainda ao apresentar “a maneira como a religião se insere e se dissemina na sociedade contemporânea” (CAMURÇA, 2003, p. 263) as quais ela chama de “desregulação institucional”. Para ela, o progressivo afastamento das formas institucionalizadas dominantes se manifesta da forma como se dá o processo de mudança da religião na atualidade. Assim, esse processo

[...] conduz a um novo *ethos* religioso marcado por uma faceta emocional e pelo trânsito a todos os espaços da sociedade, causando o enfraquecimento das religiões intucionalizadas, é na tradição e na sua ‘grande narrativa’ – da qual estas religiões históricas são depositárias – que está o *mediador privilegiado*, onde essas novas expressões religiosas vão ancorar suas ‘pequenas narrativas’ individuais ou comunitárias, numa composição da emoção e da errância com os valores e normas tradicionais.” (CAMURÇA, 2003, p. 264).

Perante os estudos da religião na modernidade proposto por Berger e Hervieu-Léger, um dos aspectos encontrado é o fato de que as religiões têm invadido o espaço público, não se mantendo mais apenas ao espaço de seu templo, mas adentrando um espaço “coletivo” como a mídia, o comércio e a política. É diante dessa pluralidade que os evangélicos brasileiros se apresentam como uma das opções mais “bem sucedidas”, em termos numéricos, da oferta do bem religioso. Em função de uma de suas premissas que é o sacerdócio universal de todos os crentes³², as mais diversas pessoas se acham no direito de formar uma comunidade religiosa evangélica, contribuindo ainda mais para essa pluralidade cada vez maior.

Assim sendo, o protestantismo não pode mais ser, no Brasil, entendido como algo unívoco, conforme destaca Bittencourt Filho. Quando se trata dos protestantes no país, é possível encontrar diversos tipos de comunidades, umas diferentes das outras. Assim, o termo protestantismo se tornou insuficiente para caracterizar e recobrir as diversas denominações chamadas de evangélicas.

[...] Os desacordos são muitos, entre quem classifica, entre quem é nomeado e entre uns e outros, num campo saturado de mal-entendidos e desacordos. Mas se os critérios

³² Sobre o Sacerdócio Universal de Todos os Santos, vale ressaltar que no “Antigo Testamento, o sacerdote era o encarregado do culto divino, sobretudo do oferecimento dos sacrifícios. Não se nomeia nenhum sacerdócio ou ordem própria na Igreja. Cristo, como mediador, é o único e supremo sacerdote e ofereceu o sacrifício único e perfeito. Esse tema é trado com detalhes na Epístola ao Hebreus. Todos os crentes são “sacerdotes para Deus” (Ap. 1.6) e constituem um “sacerdócio real” (1Pe 2.9). Por ser sacerdote, o crente há de oferecer a si mesmo em sacrifício, como “sacrifício vivo”.” (Bíblia de Estudos Esperança, p. 77 dos Auxílios para o leitor.) Assim, a doutrina reformada trouxe à tona o fato do Sacerdócio Universal dos Santos, que nada mais é do que a liberdade de se achegar a Deus sem intermediários humanos, tais como padres e sacerdotes.

de classificação são muitos e ensejam uma disputa nominativa interminável, podemos nos apegar à história, onde, ao menos nos últimos anos, dada a visibilidade pública que esse segmento religioso ganhou na opinião pública, se forjou um certo consenso referendando o termo “evangélico” como categoria abrangente.

Mais que um efeito meramente conjuntural, houve todo um processo histórico que permitiu que o termo se tornasse um identificador abrangente das igrejas filiadas à tradição inaugurada pela Reforma de 1529, no Brasil. [...] Em nosso contexto, os seguidores das igrejas reformadas e pentecostalizadas se destacam recorrentemente no campo religioso por adotarem uma atitude de “evangelizadores”, de “propagadores e difusores” de uma leitura da Bíblia centrada no Novo Testamento, daí uma certa adequação entre o termo e a identificação da religiosidade. [...] (MAFRA, 2001, p. 07 e 08)

Entretanto, nesse momento, cabe aqui explicitar, de maneira sucinta, as multifaces dos evangélicos no Brasil através de sua história, no sentido de buscar compreender os fenômenos religiosos da atualidade, conforme sugere Bittencourt Filho (2003, p.84), “cabe-nos apenas efetuar uma releitura panorâmica – na perspectiva da sociologia – voltada sobretudo para o passado recente; e buscar, assim, contribuir para uma interpretação mais precisa do cenário sociorreligioso atual, gerador de grandes perplexidades, e no qual o Protestantismo é apenas mais um personagem que vem ganhando notoriedade.”

2.2 – Os evangélicos no Brasil: um pouco de história

É difícil datar com exatidão o momento de surgimento dos movimentos religiosos, uma vez que eles acontecem aos poucos. Assim, apresento alguns fatores que marcam o início do movimento protestante no Brasil.

Apesar de ser datada a chegada dos protestantes a partir do século XIX, a história é ainda mais antiga. Alguns protestantes já haviam estado no país, conforme apresenta Bittencourt Filho (2003, p. 95 e 98-99):

Em períodos anteriores ao ciclo missionário do século XIX, sabe-se que foram encetadas duas investidas para estabelecer o Protestantismo em solo brasileiro. A primeira quando da tentativa de implantação da França Antártica. Os calvinistas franceses (huguenotes) buscavam, ao mesmo tempo, fugir da perseguição religiosa no Velho Mundo e enraizar na América do Sul uma nova civilização, inspirada em valores bíblicos [...]

A alta produtividade açucareira na colônia do Brasil, despertou a cobiça de uma nação que havia se tornado independente do trono ibérico de Felipe II: a Holanda.[...]

Como resultado desse empreendimento mercantil deu-se a segunda tentativa de implantação do Protestantismo no Brasil. Nessa época os reformados tiveram alguns êxitos religiosos significativos.

Apesar dessas antigas raízes, considerando-se todo o território nacional, esse protestantismo ocorreu sem grandes resultados, com exceção de alguns trechos do nordeste do país. Assim, a história dos protestantes no Brasil tem uma relação muito mais direta com três momentos distintos: o protestantismo de imigração, o protestantismo de missões e o movimento pentecostal.

Os protestantes imigrantes tiveram sua chegada ao Brasil datada a partir de 1820, quando, em meio aos ideais libertários e independentistas, modernistas e de prosperidade, a constituinte permite a liberdade religiosa, apesar de continuar a declarar o catolicismo como religião oficial do país. Essa liberdade facilitaria a vinda de imigrantes no intuito de suprir a lacuna de mão-de-obra deixada com o fim da escravatura. Nos primeiros anos de sua implantação, o protestantismo de imigração se caracterizou especialmente por sua forma de religião étnica. Ele se localizou em espaços bastante delimitados, principalmente no sul do país e no estado do Espírito Santo, e tinha como principal traço a sua doutrina de elementos luteranos. Entretanto, não foram apenas os luteranos que compuseram o quadro do protestantismo de imigração, mas, em menor proporção, também os anglicanos e os reformados de origem holandesa (MENDONÇA, 1984).

O protestantismo de missões tem como base o projeto expansionista das nações norteamericanas a partir da segunda metade do século XIX, especialmente dos Estados Unidos. Conforme afirma Zwinglio Dias (2000, p.51): “Apesar da roupagem pietista, que concentra a relação com o transcendente numa experiência místico-subjetiva, o protestantismo de missão aqui chegou nas asas do liberalismo já consolidado em sua sociedade brasileira, então escravista, aristocrática e conservadora.” “A par disso, a reivindicação de liberdade de consciência e de culto transformou as minorias protestantes em aliadas do liberalismo radical e dos demais movimentos religiosos que buscassem erigir a modernidade latino-americana a partir da ruptura com a herança colonial portuguesa e espanhola.” (BITTENCOURT FILHO, 2003, p. 112-113)

Para a sociedade brasileira, ainda bastante antiquada em suas formas sociais e de cidadania, o protestantismo de missão viria como um elemento de ruptura e transformação social ao fazer coincidir, segundo Zwinglio Dias (2000, p. 52), “[...] seu discurso teológico anticatólico com as premissas básicas do modelo liberal de sociedade, antagônico, portanto, à estrutura sociopolítica e econômica do país.” Com a intenção da formação de um novo modelo de cidadão no país, de forma mais moderna, burguesa e liberal, os protestantes investiram na educação e na erradicação do analfabetismo. No entanto, esse projeto não logrou o êxito que se propunha alcançar.

Preso a uma concepção ingênua de sociedade, que não leva em conta as interações entre os grupos sociais e as gritantes contradições de classe, o protestantismo de missão, caracteristicamente, não foi capaz de perceber a natureza peculiar e própria da formação sociocultural brasileira que a distinguiu da sua congênera norte-americana. O ideal societário proclamado por meio de sua mensagem teológico-doutrinária não encontrou ressonância suficiente que lhe proporcionasse o desempenho de um papel transformador significativo no âmbito sociocultural e político nacional (DIAS, Z., 2000, p. 52).

Entretanto, vale ressaltar que o protestantismo de missão contribuiu para o fortalecimento dos ideais de democracia e de cidadania no povo brasileiro, especialmente através da educação. Contudo, o projeto inicial ocorreu diferentemente do que se propunha pelos motivos apresentados anteriormente. No grupo explicitado, estão as igrejas Congregacional, Presbiteriana, Batista, Metodista, Episcopal e Evangélica Luterana (de origem norte-americana).

O terceiro grupo de protestantes que chegou ao Brasil é o grupo mais expressivo em termos numéricos e ele é o grande responsável pela maior exposição dos evangélicos no espaço público. Nas primeiras décadas do século XX chegaram ao Brasil os pentecostais, oriundos dos Estados Unidos da América (MENDONÇA, 1984).

A origem do movimento pentecostal mundial teve início a partir do anseio das denominações protestantes de uma renovação espiritual de grande envergadura, não se caracterizando pela busca de uma igreja moderna, mas pelo retorno à igreja primitiva. Não se tem uma única experiência que especifique o aparecimento desse movimento na história, mas diversas manifestações pentecostais, especialmente a partir de 1726, nos Estados Unidos, ganham destaque. Entretanto, o grande marco ocorre a partir do século XX, com as experiências de Topeka e da Rua Azusa (EUA)³³. A partir dessas experiências, o

³³ Em 1905, um pequeno grupo de crentes afro-americanos foram expulsos da Segunda Igreja Batista de Los Angeles. Eventualmente, eles começaram a se reunir em uma casa na Rua Bonnie Brae, onde os sinais de avivamento e manifestações espirituais começaram a juntar um crescente número de participantes. O improvável líder desse grupo foi um humilde, não muito estudado, filho de ex-escravos, chamado William Joseph Seymour. Para Seymour, a mensagem da hora era o renovo de Pentecostes, evidenciado pelo enchimento do Espírito Santo, acompanhado do falar em outras línguas.

Como a mensagem do fogo do avivamento começou a se espalhar pela cidade de Los Angeles, os crescentes ajuntamentos superlotaram a casa da Rua Bonnie Brae. A necessidade de um lugar maior tornou-se evidente. Finalmente, um prédio desocupado em mal estado na Rua Azusa No. 312 foi localizado e alugado. Ainda que o local tenha sediado, anteriormente, a Igreja Metodista Episcopal Africana, a estrutura de dois andares de 14 x 20 mts. já bem desgastada. Mas em questão de alguns dias, com serragem no chão, forro de palha ao redor do altar e duas caixas de sapato como púlpito, o primeiro culto na Missão da Rua Azusa aconteceu no dia 14 de abril de 1906.

Desde o começo, o toque soberano de Deus estava sobre William Seymour e os que com ele estavam. Por três anos, o avivamento continuou essencialmente 24 horas por dia, sete dias por semana, com uma participação de, às vezes, até 1000 pessoas. Pessoas do mundo todo vieram para receber seu "Pentecost", muitos sendo enchidos espiritualmente antes de chegarem ao prédio. O que tem sido chamado de "maior avivamento mundial".

Disponível em: <<http://www.azusastreet.com/>> Acesso em: 20 de jul de 2006.

pentecostalismo se espalhou por diversas partes do mundo, inclusive pelo Brasil (MENDONÇA, 1984).

Diante das questões socioculturais brasileiras, que sempre foram um empecilho ao desenvolvimento do protestantismo histórico, o movimento pentecostal surge suprimindo a lacuna deixada até então por um movimento que não conseguia se adaptar em solo brasileiro. O pentecostalismo, ao contrário, se inseriu de maneira fantástica no cotidiano brasileiro, conforme explicita Bittencourt Filho, comparando-o ao protestantismo histórico. “Diante da tradição do protestantismo de missão, marcado pelas formas impostas por instituições estrangeiras, o pentecostalismo desde logo desponta pela força de sua espontaneidade, de suas estruturas flexíveis, de sua capacidade de adaptação à cultura popular, de seu fervor religioso, de seu agudo senso missionário, e de seu messianismo enfático.” (2003, p.116).

O desenvolvimento do pentecostalismo³⁴ no Brasil é apresentado por diversos estudiosos como Freston (1994), cujas idéias das três ondas pentecostais são adotadas por Mariano (1999) e por Mafra (2001). A primeira onda seria a partir de 1910, a segunda a partir de 1950 e a terceira onda a partir de 1975.

A primeira onda foi responsável pela fundação da Igreja Evangélica Assembléia de Deus no norte do Brasil e da Congregação Cristã do Brasil, em São Paulo, junto à colônia italiana. Nessa primeira onda, os pentecostais se caracterizavam pelo anticatolicismo, pela ênfase do dom de línguas, “pela crença na volta iminente de Cristo e na salvação paradisíaca e pelo comportamento de radical sectarismo e ascetismo de rejeição do mundo exterior” (MARIANO, 1999, p. 29). É nesse momento que surgem os principais estereótipos dos evangélicos ou o “contra-culturalismo pentecostal”, que, não querendo estar no “mundo”, não se permitiam qualquer vinculação com aquilo que poderia atrapalhar-lhes a fé. Brandão (1986, p. 142 e 143) conta que “assim, a igreja pentecostal separa os seus membros do mundo com a condição de criar para eles um mundo separado, não só do ponto de vista ético (o crente não fuma, não bebe, não adultera, não fica em bar, não vive pelas ruas, não vê televisão, não vai ao cinema, não escuta rádio), como do ponto de vista de uma rotina de vida.”

Desta forma, conforme Mariano (1999, p. 190), “os líderes pentecostais procuraram imprimir na conduta dos fiéis, desde a conversão, normas e tabus comportamentais, valores

³⁴ Para saber mais sobre as tipologias das formações pentecostais, consultar as obras de Brandão (1986), Mendonça (1989) e Bittencourt Filho (2003). Entretanto, não há uma homogeneidade nas tipologias propostas por esses autores.

morais, usos e costumes de santificação”. Nesse momento, o que se encontra em meio aos evangélicos, especialmente os pentecostais, é um ascetismo demasiado de rejeição do mundo.

A segunda onda ocorreu a partir dos anos 50, fazendo dos milagres, da cura divina e do falar em línguas suas principais ênfases, além do evangelismo de massa. Essa segunda onda é composta por denominações nascidas no Brasil. Mariano (1999) a denomina de deuterpentecostalismo. Para Campos (1996), essa fase inclui as igrejas Metodista Wesleyana, Casa da Bênção, Igreja Pentecostal Deus é Amor, Igreja de Nova Vida e a Igreja do Evangelho Quadrangular. Nessa segunda fase, começa a surgir uma flexibilização da contra-cultura pentecostal, com algumas exceções, como no caso da Igreja Pentecostal Deus é Amor (MARIANO, 1999).

Difundiram-na por meio do rádio [...], do evangelismo itinerante em tendas de lona, de concentrações em praças públicas, ginásios de esporte, estádios de futebol, teatros e cinemas. Com mensagem sedutora e métodos inovadores e eficientes, atraíram, além de fiéis e pastores de outras confissões evangélicas, milhares de indivíduos dos estratos mais pobres da população, muitos dos quais migrantes nordestinos. Causaram escândalo e reações adversas por toda parte. Mas, ao chamarem a atenção da imprensa, que os ridicularizava e os acusava de charlatanismo e curandeirismo, conseguiram pela primeira vez dar visibilidade a este movimento religioso no país (MARIANO, 1999, p. 30).

A terceira onda pentecostal surgiu especificamente a partir dos anos de 1970. Também denominados de neopentecostais (MARIANO, 1999), esses tiveram uma forte ligação com a crise econômica que se desencadeou no Brasil a partir de 1970. São caracterizados pelo uso dos meios de comunicação em massa, pela ênfase na “guerra espiritual” e na “Teologia da Prosperidade” e liberalização dos usos e costumes de santidade, segundo Mariano (1999). Outra característica importante dos neopentecostais, apontada por Oro (1992) reside no fato de estruturarem suas igrejas como empreendimentos. Têm entre seus principais expoentes a Igreja Universal do Reino de Deus, a Igreja Internacional da Graça e diversas outras comunidades autônomas³⁵, como a Igreja Apostólica Renascer em Cristo e a Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra.

É nessa terceira fase que surge o movimento religioso mais contemporâneo entre os pentecostais. Eles permitem vestir-se como qualquer pessoa, acompanhar a mídia, frequentar praias, piscinas e festas, praticar esportes, bem como torcer por times de futebol. Entretanto, continuam com algumas orientações tipicamente puritanas, tais como a proibição do tabaco,

³⁵ Tem-se por comunidades autônomas aquelas comunidades evangélicas não vinculadas a nenhuma instituição maior.

das drogas (exceto o álcool³⁶), do sexo fora do casamento, dos jogos de azar, assim como o homossexualismo e a pornografia (MARIANO, 1999).

Os neopentecostais estão cientes de que romperam com a tradicional identidade estética pentecostal. Falam disso sem cerimônia. Criticam abertamente os crentes apegados aos velhos costumes. Defendem-se da oposição deles e da atitude mista de surpresa e ironia dos descrentes que os indagam a respeito da recente mudança em seus padrões estéticos e de sua adoção de ritmos e estilos musicais em voga na sociedade abrangente (MARIANO, 1999, p. 211).

Esta é a manifestação evangélica mais presente no espaço público, sendo a última noção uma de suas principais características, a ponto de ser um dos fatores a ser verificado no caso de encaixar uma igreja à esfera neopentecostal. Mariano conclui que “[...] quanto menos sectária e ascética e quanto mais liberal e tendente a investir em atividades extra-igreja (empresariais, políticas, culturais, assistenciais), sobretudo naquelas tradicionalmente rejeitadas ou reprovadas pelo pentecostalismo clássico, mais próxima tal hipotética igreja estará do espírito, do *ethos* e do modo de ser das componentes da vertente neopentecostal” (1999, p. 37).

Além dessas, Campos (1996) inclui na segunda geração de pentecostalismo, as denominações surgidas de cisões nas igrejas do protestantismo histórico. Essas igrejas podem ser denominadas como Renovadas, ou, como propõe Bittencourt Filho (2003), como Neodenominacionalismo, pois mantêm uma certa base do protestantismo histórico ao mesmo tempo em que partilham das idéias do pentecostalismo. Entre elas, destacam-se a Igreja Batista Renovada, a Congregacional Independente e a Presbiteriana Renovada.

Assim, é possível perceber que o protestantismo não pode ser visto apenas como um, mas como vários e, por isso, será tratado nesse trabalho pelo termo genérico de evangélicos, englobando desde os protestantes históricos aos neodenominacionais, passando pelos mais diversos pentecostalismos.

2.3 – Os evangélicos no espaço público

O espaço que a religião ocupava tradicionalmente, ou seja, o seu templo, tornou-se pequeno demais para abarcar todos os sentidos que se dá à religião. Para o protestante, a fé está diretamente relacionada à sua vida cotidiana e aos seus outros afazeres, especialmente ao

³⁶ Segundo Mariano (1999, p. 210), “quanto ao álcool, a orientação muda um pouco. Além da Congregação Cristã, as igrejas Nova Vida, Comunidade Evangélica, Cristo Salva e Universal permitem o uso moderado de bebidas alcoólicas leves, como cerveja e vinho. Todas condenam a embriaguez.”

trabalho. Assim, os evangélicos têm saído de seu espaço tradicional e tem lançado bases sobre áreas, até então, combatidas por eles mesmos, como, por exemplo, a mídia e a política. Não se restringindo apenas a isso, eles têm alçado vôos também no campo mercadológico, dos esportes, da filantropia e do turismo. Desse modo, os evangélicos, no Brasil, têm buscado ampliar sua capacidade de influência na esfera pública brasileira, seja por meio da política, da mídia, do mercado, ou de ações sociais. Conforme explicita Birman (2001, p. 79), “quaisquer que sejam os sentidos religiosos dessas práticas, elas parecem guardar um ponto comum: a apresentação de si no espaço público por meio de um pertencimento religioso que reclama por lugar social. Vemos, efetivamente, um crescimento da presença pentecostal nos espaços públicos, fazendo de certos princípios morais atributos identitários intensamente reivindicados.”

Ao verificar as influências dos protestantes no espaço público brasileiro até pouco tempo, vemos que estas se restringiam, em sua maioria, ao campo da educação. Os protestantes históricos organizaram diversos colégios em todo o país, com idéias mais modernas e avançadas em relação àquelas até então vigentes na educação brasileira (Bittencourt Filho, 2003); além disso, foram eles os responsáveis, em alguns casos, pela criação de hospitais e de algumas poucas instituições de ações beneficentes.

No Brasil de hoje, essa realidade tem se mostrado de maneira bastante diferente. Os evangélicos têm buscado fazer parte do cotidiano brasileiro, interagindo de forma mais marcante na sociedade³⁷. É possível perceber esse fato quando se trata da maior exposição dos evangélicos na mídia brasileira, inclusive em horário nobre na televisão e ocupando páginas de revistas sobre o cotidiano. Além da mídia, os evangélicos também têm sido uma grande força na política brasileira, com uma bancada representativa de parlamentares, elegendo diversos políticos por todo o país. Também no mercado já se tem feito sentir a presença desse público: algumas lojas já se especializam em servir esse tipo de cliente; outras passaram a disponibilizar espaço para artigos evangélicos, como nas grandes livrarias do país. Uma gama de serviços tem surgido para dar suporte e “complementar” a fé dos evangélicos, como livros evangélicos, roupas evangélicas, cartões de crédito etc. Na assistência social, a presença dos evangélicos tem sido cada vez maior, através da participação na campanha do governo federal contra a fome; de trabalhos assistenciais mais pontuais, como distribuição de cestas básicas, visitas a hospitais, asilos e presídios; e também de projetos de inclusão e cidadania. Nos esportes, eles também estão presentes, com associações de atletas evangélicos e a exposição

³⁷ Para um aprofundamento no assunto dos evangélicos no espaço público, ver Mariano (1999), Mafra (2001), Machado (2001), Giumbelli (2003), Birman (2003).

na mídia de sua fé. E, no turismo, diversas agências de viagens e o *trade* já têm reconhecido a importância desse público para o desenvolvimento de suas atividades. Birman (2001, p. 59) confirma, dizendo que “por toda a parte surgem indícios de que grupos pentecostais variados estão cada vez mais presentes nos espaços públicos.”

Hoje, esta cena do estádio de futebol ocupado por rituais religiosos e grande público banalizou-se e ampliou o seu alcance. Estádios do mundo inteiro aparecem em reportagens sobre espetáculos religiosos cuja grandiosidade é constantemente destacada. A vocação para o espetáculo presente nas concepções religiosas, sociais e políticas do Pentecostalismo no Brasil afirmou-se, de início, pela preferência nunca desmentida em fazer de antigos cinemas, teatros e casas de shows espaços religiosos e ganhou mais alcance quando a conexão entre o palco, o púlpito e o espaço virtual se transformou definitivamente no seu modelo de atuação.

Duas décadas depois, verificamos, com efeito, que são múltiplas as imagens que fazem de rituais religiosos no espaço público uma expressão espetacularizada da importância social, política e religiosa que esta nova Igreja passou a deter no país. Há uma imensa proliferação de imagens que, entre outras coisas, comunicam a nova realidade da nação: há muito mais ‘evangélicos’ do que se supunha no ‘maior país católico do mundo’. Os ‘evangélicos’ não somente crescem em número mas crescem em visibilidade pelo modo como exercem a sua fé (BIRMAN, 2003, p. 235 e 236).

Assim, o que interessa tratar aqui é de que forma os evangélicos têm atingido outras áreas externas à religião propriamente dita, especialmente no turismo. Nesse caso, tratar-se-á do fenômeno da mídia evangélica, da política, do mercado evangélico e da sua assistência social, para depois tratar a atividade turística como mais uma via de visibilidade do segmento evangélico no espaço público e social.

2.3.1 - Mídia

No que diz respeito à mídia evangélica³⁸, atualmente, o que se vê de mais expressivo é a apropriação, por parte dos evangélicos, das madrugadas, dos sábados pela manhã e inclusive do horário nobre. Fonseca (2003, p. 13) demonstra a maior participação dos evangélicos na mídia em termos de horas de programas desse segmento na televisão.

No primeiro semestre de 2000 os programas evangélicos de televisão representavam cerca de 80 horas semanais de veiculação (*folha de São Paulo, 10/9/2000*) – em 1992 esse número não chegava a 45 horas. A cada dia novas igrejas alugam horários, compram rádios e buscam mais e mais espaços na mídia para que possam “dar o seu recado” a todos. Atualmente cerca de 10% do que é transmitido semanalmente pela televisão brasileira é produzido por igrejas e organizações evangélicas.

De um modo geral, o que se percebe é a tendência de um aumento cada vez maior desse segmento no quadro de horário das emissoras de televisão. Esse fator é tão forte que, atualmente, o missionário R. R. Soares, líder da Igreja Internacional da Graça, ocupa o horário

³⁸ Sobre Igreja Eletrônica ver Fonseca (2003), Oro (1990) e Campos (1997).

nobre de uma das redes mais importantes do país – a Rede Bandeirantes de Televisão – concorrendo no mesmo horário com programas como as novelas da Rede Globo. O que antes era impensável para a televisão brasileira, hoje tem tomado espaços cada vez mais promissores.

Segundo Fonseca (2003), os estudos sociológicos sobre a presença dos evangélicos na sociedade brasileira dedicam parte de sua atenção aos meios de comunicação em massa. Nas pesquisas específicas da área de comunicação social, em geral, entende-se que o crescimento evangélico associa-se ao fenômeno da mídia evangélica no país. Entretanto, Fonseca ressalta, através do estudo de Domingues e de Mariano, que este crescimento está muito mais relacionado a outros fatores do que à própria mídia.

O trabalho de Domingues (1995) mostra que não, associando o crescimento evangélico a fatores específicos, locais de organização e estrutura eclesial, em relação às igrejas que têm experimentado crescimento em seu número de templos nos últimos anos. Ricardo Mariano (2001) discute o sucesso numérico pentecostal com base em fatores internos e institucionais, ressaltando a eficácia das técnicas de evangelização ao lado da eficiência do clero, da prestação de serviços mágicos e da militância dos fiéis, não sendo a presença na mídia garantia de crescimento ou de grande arrecadação financeira (FONSECA, 2003, p. 15).

Apesar de não estar diretamente relacionada ao crescimento dos evangélicos no Brasil, a mídia ocupa um papel preponderante no meio deles. Fonseca (2003, p.12) destaca a forma pela qual, em 1998, esse segmento conseguiu ou procurou conseguir alcançar espaço nos meios de comunicação:

A situação no final do ano de 1998 demarca bem a importância e capacidade das organizações evangélicas no campo da mídia, particularmente em relação à televisão aberta. Das sete redes nacionais, duas estavam sendo controladas por organizações evangélicas: a Igreja Universal do Reino de Deus, que controla a Rede Record – terceira em audiência – e a Igreja Renascer em Cristo, que controlou durante poucos meses, a partir de dezembro de 1998, a Rede Manchete – emissora que já foi a terceira colocada nacional, mas que com uma série de problemas financeiros e operacionais ocupava na época a última colocação.

Dessa forma, começaram a consolidar as emissoras de rádio, de TV, os programas nas diversas redes, além dos serviços que dão o suporte na área de comunicação a esse segmento. Entretanto, o que poderia parecer uma cópia dos modelos americanos de tele-evangelização, tem sua origem calcada na percepção de líderes dessa comunidade religiosa no potencial e alcance obtidos através dos meios de comunicação eletrônicos. Diferentemente dos programas norte-americanos, centrados em líderes carismáticos exclusivamente, os programas brasileiros têm um caráter muito mais institucional. Fonseca (2003, p. 60) afirma que esse fato ocorre

“um pouco pelas diferenças culturais, mas também em virtude da presença de várias igrejas que institucionalmente assumem a mídia como um espaço a ser ocupado”.

É fato que esse segmento religioso tem feito da mídia no país – e, nesse caso, não apenas consideramos a televisão, mas principalmente as rádios – uma importante vitrine para a divulgação de suas crenças. Schultze (*apud* FONSECA, 2003, p. 211) resume que a mídia seria um espaço para evangelização, educação e edificação dos fiéis; para o levantamento de fundos, objetivando o trabalho missionário nacional e internacional; e, ainda, para mobilizar politicamente os evangélicos, deixando de lado fatores como entretenimento e informação. No caso do evangelismo na mídia, o que se vê é o que se pode chamar de pré-evangelismo, uma vez que a televisão não seria totalmente eficaz no sentido de fazer com que alguém mude de religião. Ela permite, porém, que a igreja formule suas impressões frente à sociedade. Desse modo, os telespectadores se sentiriam incentivados a conhecer aquela religião no caso de ela ter construído uma imagem positiva na mídia. Entretanto, o que se nota é que a grande contribuição da mídia é no sentido de gerar um sentimento de unidade na fé, homogeneizando os pensamentos e sendo uma forma de manifestação de vários mundos particulares. Segundo Birman (2003, p. 238), “há certamente, várias leituras sobre o significado de ser evangélico hoje no Brasil que são veiculadas pela mídia: nesta não há unanimidade, como sabemos, mas não devemos ignorar certas orientações e tendências que se mostram mais ou menos hegemônicas”.

Por meio das pesquisas de Fonseca (2003), percebe-se que, para a maioria dos entrevistados, os evangélicos devem estar na mídia e devem ter como função primordial evangelizar os não-evangélicos e, também, ensinar e inspirar os evangélicos. Sem dúvida, essa não é uma colocação descabida, afinal, o mesmo autor afirma que cerca de 60% da audiência da TV evangélica é de não-evangélicos (FONSECA, 2003, p. 119).

Não apenas a TV sofreu uma “invasão” evangélica, mas também o rádio, um dos mais importantes meios de comunicação utilizados, que é apontado como tendo maior eficácia na questão evangelizadora. Segundo números do Ibope (*apud* FONSECA, 2003, p. 123), das seis principais rádios do Rio de Janeiro, três são evangélicas. Ele sugere ainda que a Rádio Melodia, que tem a preferência dos evangélicos no Rio de Janeiro, garanta uma audiência média de 500 mil pessoas.

Também não devem ser esquecidos outros tipos de mídia como as impressas. Destacamos a revista Eclésia, de circulação nacional, que substituiu a revista Vinde; a revista Enfoque Gospel, com tiragem de 50 mil cópias; a revista Ultimato, com tiragem de 40 mil

exemplares, que são distribuídos apenas aos assinantes, não sendo vendida em bancas ou livrarias; e o jornal Folha Universal, com tiragem de um milhão de exemplares.

Verifica-se a importância que a mídia têm tido nos meios evangélicos através da frase de Ronaldo Souza, diretor da Casa Publicadora das Assembléias de Deus (*apud* MACHADO, 2001, p. 143):

Eu entendo que, no início, nossos pastores e pioneiros, quando chegaram ao Brasil para evangelizar, descobriram que o melhor local era a praça da cidade. Ali todo mundo se reunia no domingo à tarde para ficar brincando e conversando. Mas o mundo evoluiu e hoje a praça está vazia. Todo mundo está dentro de casa, assistindo a televisão. A praça mudou de local e estamos fazendo apenas um ajuste de meio, mas para continuar atingindo as pessoas com o mesmo fim: levar a mensagem do evangelho. Hoje a TV é a praça de antigamente.

Assim como a sociedade tem transformado seus hábitos e costumes, as igrejas evangélicas têm se preparado para atingir de forma mais eficaz aqueles que os interessam. Desse modo, a intensiva participação dos evangélicos na mídia traz novos elementos para o cotidiano das igrejas, ao mesmo tempo em que lança luzes acerca das conseqüências dessa presença para a sociedade brasileira contemporânea. Fonseca (2003, p. 273) destaca o uso da mídia pelos evangélicos como “uma forma de defesa institucional, que busca não somente tentar construir uma imagem positiva junto à sociedade, mas também assume em determinados momentos o contorno de proselitismo agressivo que ataca outras religiões”. Também destaca o papel da mídia como reprodutor de sua mensagem, com o intuito de reforçar opiniões e interesses. E, ainda, o último fato, e talvez um dos mais interessantes, é a idéia de que a mídia colabora no sentido de legitimação social e política.

2.3.2 - Política

A política³⁹ tem sido mais um campo no qual a presença dos evangélicos tem se feito sentir também de forma intensiva. Esse item se une em muitos casos com a questão da mídia. A mídia, muitas vezes, promove aqueles políticos os quais a interessam e isso não é diferente em algumas igrejas evangélicas. Essas utilizam seus canais de comunicação como uma forma de propagar o apoio a determinadas campanhas.

Machado (2001, p. 140) nota que a relação entre a religião, a política e a informação não é nada original, “[...] basta lembrar da produção literária trancafiada nas bibliotecas dos mosteiros europeus na Idade Média. A novidade certamente se encontra na pluralidade dos segmentos religiosos que hoje fazem uso dos modernos meios de comunicação e que querem

³⁹ Sobre evangélicos na política, ver Pierucci (1989), Freston (1994), Machado (2001) e Conrado (2001).

participar da arena política formal, mas também na maneira como a liderança religiosa e política assume seus novos interesses.”

Assim, o que se percebe em meio a essa temática é que ela se configura como uma via de mão dupla, em que, debaixo de um novo aspecto sócio-religioso, a política e a religião se satisfazem mutuamente. Talvez seria uma “via de mão tripla”, se considerarmos que essa relação vai além da religião e da política, incluindo ainda a mídia. Nesse caso, seria uma “relação cíclica”, como propõe Machado (2001, p. 144):

A interseção dos meios de comunicação com os representantes políticos nos dois lados sugere uma relação cíclica que poderia ser resumida na seguinte fórmula: a eleição de parlamentares comprometidos com a igreja pode servir para a expansão do controle do grupo religioso sobre os veículos de informação e tais veículos são estratégicos não só na conquista de votos para os candidatos em particular, mas principalmente, na ampliação da capacidade de influência da denominação na esfera pública.

Em alguns casos isso ocorre individualmente: consideremos, como exemplo, o caso de Francisco da Silva, que foi o candidato mais votado no Rio de Janeiro nas eleições de 1994, sendo ele dono de duas rádios – FM e AM na cidade.

Esse aspecto da vida evangélica tem ganhado bastante repercussão em função da chamada “bancada evangélica” no Congresso Federal. Esse fato também se faz sentir em função da presença de candidatos evangélicos nas eleições para presidente da república – como foi o caso, nas últimas eleições, de Antony Garotinho – e de haver, no poder de governos de estados, evangélicos – como o Rio de Janeiro, nas mãos da esposa de Garotinho, Rosinha Mateus, também evangélica.

Sabe-se, porém, que essa história é um pouco mais antiga. Freston (1994) realiza toda uma investigação da presença dos protestantes na política, que apenas tem seu clímax com o segundo momento do pentecostalismo. Dentre diversos fatores que têm influenciado nessa empreitada, destaca-se um dos apresentados por Freston (1994, p. 63)

Para entender a nova política pentecostal, temos que examinar outros fatores dentro e fora do mundo evangélico.

As causas básicas da politização de lideranças pentecostais têm a ver com a evolução do próprio meio pentecostal e a defesa de suas fronteiras. Em primeiro lugar, a posição do “clero” pentecostal. Já mencionamos a ausência de um clero pago como um dos fatores que favorecem a manutenção do apolicismo na CC [Congregação Cristã]. Os principais beneficiários da nova política corporativa têm sido os próprios líderes, ela estende a ascensão social das famílias pastorais. Além disso, a política tem outra função: ao contrário das igrejas históricas, com sua tradição assentada, composição de classe média e padrões profissionais e burocráticos, o mundo pentecostal é comparativamente novo, crescente, popular e fortemente comunitário. O pastor pentecostal muitas vezes sofre de uma dupla contradição no seu status. Em primeiro lugar, dentro da igreja, há uma contradição entre teoria e prática: o poder que o pastor de fato possui não é respaldado doutrinariamente (ao contrário do sacerdote católico). Na teoria, a autoridade final em matéria de fé e vida é a Bíblia somente e não o

“magistério” da igreja; e o pastor é mestre e guia mas não tem poderes sacerdotais ou sacramentais. Em segundo lugar, há uma contradição entre seu alto status na igreja e seu baixo status, enquanto pentecostal, na sociedade. Como todos os grupos religiosos populares que não se isolam geograficamente, os pentecostais oscilam entre seu próprio sistema de status interno e o da sociedade. Embora “desprezem o mundo”, muitas vezes aceitam as opiniões “mundanas” a respeito de si mesmos, quando favoráveis. É em parte por isso que muitos líderes pentecostais dão tanto valor aos títulos de cidadão honorário e outras homenagens simbólicas às suas pessoas e atividades.

Esse comportamento político no meio evangélico tem levado ao questionamento de pesquisadores sobre a configuração dessa conjugação. Ao estudar o caso específico da Igreja Universal do Reino de Deus, Conrado (2001, p. 86) indaga “se é um ingresso na política de forma institucional, como ele se realiza? Como se articula o capital pessoal do candidato e a plataforma política da igreja? Até que ponto os candidatos da igreja se adéquam às regras da política ou é o reverso o que ocorre? [...]” Nesse caso, os estudos de diversos cientistas sociais têm contribuído para buscar uma elucidação dessas perguntas, conforme discute-se a seguir.

Algumas denominações evangélicas são bastante enfáticas no apoio à campanha de políticos, até porque sabem o peso que tem a opinião de um líder da igreja na decisão de voto de um fiel. Outras denominações são menos persuasivas, participando das eleições apenas de forma indireta, especialmente através de orações pelas eleições. Fernandes (1998, p. 121) afirma que:

Os evangélicos não costumam freqüentar comícios, nem debates públicos sobre as eleições. Não é assim que eles se informam ou que expressam a sua adesão. A baixa freqüência combina-se aí a uma indiferenciação denominacional. Cerca de metade da população evangélica acompanha os programas eleitorais pelo rádio e pela televisão, mas num padrão que tampouco evidencia diferenças denominacionais. Estas diferenças começam a emergir quando indagamos sobre a presença explícita do tema eleitoral nos encontros internos da igreja. A Universal se destaca com um nível de envolvimento bem acima da média. A mesma diferença aparece quando indagamos se a pessoa orou por algum candidato. Orar é o principal instrumento de participação dos evangélicos. É o modo de dizer intenções diante de Deus e dos irmãos.

Os políticos já têm percebido a influência dos evangélicos nas eleições e por isso têm investido esforços em se aliançar a determinados grupos religiosos. Fernandes (1998) apresenta alguns dados os quais nos permitem visualizar as diferenças entre as mais distintas frentes evangélicas, entre elas, a questão do voto. Foi verificado que cerca de 95% dos membros da Universal votariam em candidatos indicados pela igreja, enquanto esse percentual se inverte no caso das igrejas históricas. Sobre esses dados, a pesquisa, abordando as eleições de 1994, apontou que,

[...] 27 candidatos concentraram mais de meio milhão de votos. Os 27 representavam não mais do que 8 % do total de 360 candidatos, mas foram capazes de recolher

13,59% do total de votos nominais. É uma concentração notável, que demonstra a importância da socialização na igreja para as manifestações cívicas de seus membros. [...] a opção de crentes votando em crentes envolve cerca de 40% dos membros. É provável que não haja outro grupo de interesse no país que obtenha este nível de concentração de votos. [...] Com uma tal presença numérica, os representantes evangélicos poderiam exercer um papel determinante na vida de diversos partidos (FERNANDES, 1998, p. 126-127).

Essa pesquisa afirma a força dos evangélicos para a eleição de candidatos, especialmente pelo mimetismo que existe nesse grupo e pela influência que esse grupo pode vir a ter na esfera política, em que Machado (2001, p. 142) infere que,

Quando focalizamos candidatos compromissados com outra organização que não a partidária, nos defrontamos com mais uma possibilidade: a expectativa da estrutura institucional. De qualquer maneira, a forma desigual com que a informação circula na sociedade faz com que os grupos e indivíduos em disputa eleitoral trabalhem pela conquista de adesão política. No caso dos candidatos evangélicos, estudos indicam que a intermediação da liderança religiosa e o discurso persecutório (Mafra, 1999) articulam-se com a pouca informação e envolvimento político dos fiéis facilitando a conquista dos votos dos membros das comunidades religiosas. Em várias denominações o lançamento da candidatura de pastores ou membros da hierarquia parece ser um recurso recorrente para a transferência da influência religiosa para a esfera política (Piquet, 1998).

É verdade que os diferentes grupos entre os evangélicos respondem de maneira diferente à questão política, principalmente quando se comparam os históricos e os neopentecostais.

Assim, é importante ressaltar o crescimento da presença dos evangélicos na esfera política brasileira, algo, até pouco tempo atrás, bastante distante do meio protestante no Brasil, mas que tem se tornado fato entre os pentecostais e neopentecostais. Isso nos leva a questões propostas por Sanchis (1998, p. 167): “Para que esta tentativa nítida de conquista do espaço político? A nível de retórica, a resposta dada no Programa Espaço Evangélico é clara: para fazer um Brasil ‘evangélico’, que corresponda à verdade da convicção de boa parte – e parte crescente – de seus cidadãos.”

2.2.3 – Assistência Social

É possível perceber ainda a interligação entre a mídia, a política e outro fator importante, no que se refere à maior exposição dos evangélicos na esfera pública: a assistência social. As entidades religiosas sempre tiveram um papel fundamental no assistencialismo social e na organização da sociedade civil, especialmente entre as ordens religiosas católicas e as entidades espíritas. No entanto, o grupo religioso em destaque também tem começado a se inserir de forma mais específica nesse campo. Machado (2001, p.

144) destaca que “a novidade encontra-se no crescimento da participação dos evangélicos, que segundo a pesquisa já responderam pela maioria das entidades religiosas identificadas”.

Nesse contexto, destacam-se algumas questões como a natureza dessas atividades desenvolvidas pelas igrejas evangélicas e o impacto que essas atividades têm na sociedade civil do próprio universo religioso. Como a mais antiga forma de participação civil, os evangélicos se destacam no campo da educação, oferecendo escolas desde o maternal até instituições de pós-graduação. Entretanto, não é apenas nesse aspecto que as atividades sociais dos evangélicos têm invadido a esfera pública. Machado (2001) destaca ainda a distribuição de alimentos e cestas básicas, o trabalho de recuperação de alcoólatras e toxicômanos, as creches, os cursos profissionalizantes e de alfabetização, bem como a assistência aos presídios e aos hospitais.

Mas o testemunho se dá também, pelo serviço. A tradição cristã valoriza o trabalho pelos mais necessitados como expressão ativa do amor ao próximo, categoria central em seu discurso religioso. As denominações históricas, animadas por missões norte-americanas a partir dos anos vinte, deram grande destaque ao trabalho educacional, criando escolas e faculdades que contribuíram para a modernização do ensino no país. Há clínicas e hospitais de renome que remontam a estas origens. Mas a onda pentecostal, com sua ênfase característica na vivência espiritual e na evangelização, deslocou os colégios para um segundo plano.[...] No entanto, se as obras são relativamente poucas, ainda assim encontramos um número expressivo de trabalho voluntário de assistência social entre evangélicos. [...] Serão uns trezentos mil prestadores de serviços sociais na semana e mais de quinhentos mil no mês. São serviços modestos, na maioria dos casos, mas que respondem a necessidades efetivas e que se avolumam com a escala dos recursos humanos aplicados (FERNANDES, 1998, p. 50).

Dentre os movimentos de repercussão nacional, destaca-se a “Fábrica de Esperança”, que funcionou durante os anos 90 numa das maiores favelas do Rio de Janeiro e que atendia a 15 mil pessoas. Pode-se citar como relevante, também, a entidade da Igreja Universal do Reino de Deus, Associação Beneficente Cristã – ABC – que possui diversos projetos, entre eles a Fazenda Canaã⁴⁰ no interior da Bahia e o trabalho nas periferias das grandes cidades através da assistência jurídica gratuita, dos cursos profissionalizantes, do agenciamento de empregos e dos cursos com ênfase no empreendedorismo. Outro importante movimento nacional é o das Igrejas Assembléia de Deus, através da criação do Conselho Nacional de Assistência Social. Podemos ver, ainda, na comissão que preside a campanha contra a fome, o Fome Zero, do Governo Federal, a presença de importantes figuras evangélicas.

A respeito dessa maior participação dos evangélicos no campo da assistência social, Machado (2001, p. 145) ressalta que é importante fazer algumas considerações.

⁴⁰ Projeto beneficente da IURD, no interior da Bahia, que conta com projetos sociais com famílias, com crianças abandonadas, agricultura e outros.

[...] Uma delas se refere à natureza das atividades desenvolvidas pelas entidades criadas por essas denominações: uma outra se refere ao impacto dessas atividades na sociedade civil e no próprio universo religioso. É conhecida a opção dos evangélicos do Brasil pela atuação na área de educação, mas pouco se sabe das iniciativas desses grupos na área da filantropia e/ou assistência social, especialmente nos anos recentes. Cecília Mariz (1994) menciona a ação dos Batistas entre os protestantes históricos e de algumas Assembléias de Deus que no universo pentecostal distribuía alimentos entre as populações carentes do Rio de Janeiro e desenvolviam projetos para a recuperação de alcoólatras e toxicômanos. Em minha pesquisa, além dessas ações sociais identifiquei a oferta de creches, cursos profissionalizantes e de alfabetização bem como a distribuição de material de higiene nos presídios e hospitais.

No entanto, as principais ações dos evangélicos de benefício à comunidade são aquelas mais pontuais, menores em proporção, mas em ação nas comunidades em que se situam as igrejas locais e que beneficiam, em especial, os membros mais carentes daquele grupo.

Muitas vezes, principalmente quando se enfocam as ações de grande porte, observa-se um enorme viés político, que as transforma, em grande parte, em “uma alavanca” para o envio de mais políticos evangélicos para o Congresso. Conrado (2001, p. 93) explicita essa relação, citando o exemplo da Igreja Universal:

O que nos leva ao segundo tipo de “aproximação”: a da ação social com a política. Nada menos que metade dos candidatos assumiam algum tipo de cargo de direção estadual ou nacional na ABC, sendo que dois terços eram pastores. A candidatura de pastores e bispos parece fazer parte de uma nova estratégia, seja pela proximidade com os fiéis, seja pela falta de quadros que não encaixem nos critérios da liderança, e de algum modo, a ABC parece estar se tornando uma espécie de estágio de formação. A IURD lançou 39 candidatos a deputado estadual em quase todo o Brasil, elegendo 26. [...] O fato é que pastores motivados ou selecionados para concorrerem a cargos eletivos passam, na sua maioria, pela direção da entidade assistencial e pelos programas de rádio e TV.

Nesse caso, o que pode ser encontrado é o “tripé política, mídia e filantropia”, proposto por Machado (2001), que afirma ser essa uma tendência no meio dos evangélicos frente à competição religiosa e à conseqüente necessidade de expansão da influência na esfera pública dos grupos religiosos.

Conrado consegue sintetizar parte da idéia dessas relações no trecho a seguir:

Parece possível pensar que na medida em que se tenta construir a “representação política”, mesmo se valendo de uma identificação propriamente religiosa, os pentecostais não podem se furtar de tratar questões próprias ao campo social mais amplo e ao campo político stricto sensu. Nesse sentido, a construção de um lugar na política e no jogo político significa também a reconstrução permanente da estratégia religiosa. Se, de um lado, a presença dos evangélicos na esfera pública reflete as necessidades de reprodução e concorrência no campo religioso, de outro, ela parece estar cada vez mais caminhando para a construção de uma religiosidade menos

instrumental, “contaminada” pela constituição de um discurso que toma as questões sociais “a pulso” no contexto de ações “performáticas” (2001, p. 107).

Desta forma, o que se percebe é um maior envolvimento dos evangélicos no espaço público, inclusive no que diz respeito às ações sociais. Todavia, não se sabe ao certo se essas ações são mais antigas do que as expostas, uma vez que, somente agora os evangélicos têm sido foco de estudos em função de sua maior exposição, especialmente na mídia e na política.

2.3.4 - Mercado

Outro aspecto que tem ampliado a presença dos evangélicos na esfera pública é sua atuação no mercado. De fato, os evangélicos estão ganhando visibilidade não apenas por seu crescimento numérico, ou por sua presença na política, na mídia, na assistência social, nos eventos de massas, mas também pela criação de bens e serviços com uma marca religiosa. Assim como freqüentam templos, os evangélicos costumam freqüentar estabelecimentos comerciais, vinculando à sua condição de fiel a de consumidor.

O mercado evangélico constrói fronteiras e identidades ao se relacionar com elementos não evangélicos e avançar sobre os espaços que não pertencem a um público específico. E ainda pode-se perceber um certo tipo de mimetismo no mercado de artigos evangélicos: as lojas são praticamente idênticas, oferecendo música evangélica como som ambiente, apresentação de clipes e DVDs gospel e, ainda, objetos que variam desde a Bíblia sagrada até adesivos com mensagens evangélicas. A complexidade desse mercado já tem sido notícia e tema de estudos no país. Em reportagem para o Jornal do Brasil, Neves (2004, p. A20) aponta, na matéria de título “O Deus do mercado e o mercado de Deus: público evangélico já soma 30 milhões de brasileiros e se torna novo alvo de iniciativas empresariais e feira”, que o mercado evangélico tem sido algo a ser observado pelos especialistas:

Fiéis também na hora de comprar; os evangélicos brasileiros, cerca de 30 milhões, segundo o IBGE, estão movimentando um mercado que tem atraído empresas de diversos segmentos, de cartão de crédito a editoras e, principalmente, criado e sustentado outras, do licenciamento de marcas ao mercado fonográfico.

Estas empresas, segundo cálculos do setor; movimentam por ano cerca de R\$ 500 milhões. O IBGE revela ainda que o segmento seja responsável pela geração de mais de 1 milhão de empregos, diretos e indiretos.

Além de grande e rico, o mercado evangélico está em crescimento.

É interessante notar que esse mercado é bastante fechado em relação ao público, afinal, ele prefere contratar evangélicos para seus cargos e preza por uma conduta correta no ambiente de trabalho. Entretanto, outros segmentos também visitam essas lojas.

Segundo Giumbelli (2003, p. 06),

[...] há duas vias que conferem caráter evangélico a um produto. Há aqueles que são evangélicos por sua essência, como a Bíblia ou os livros nela baseados, ou ainda objetos consagrados a atividades de culto. E há aqueles que são evangélicos por acréscimo: objetos – que vão desde cartões para presentear até peças decorativas

para uso doméstico, passando por camisetas, adesivos, chaveiros, CDs, vídeos, cadernos, etc. – cujo distintivo religioso é dado pelas referências bíblicas ou eclesiais neles inscritas. Essas referências podem ser literalmente impressas sobre objetos (ou inspirar imagens, igualmente impressas) ou se incorporar em canções e vídeos dos mais diversos estilos e gêneros. A lista de objetos que se tornam evangélicos por acréscimo é virtualmente infinita e torna bastante concreta a idéia de que “ser evangélico” constitui uma “cultura” ou uma “identidade”.

Deste modo, o que se pode compreender é que a fidelidade religiosa vem conjuntamente à seriedade comercial, resultando uma cadeia articulada – de fornecedores, lojistas, funcionários e clientes – que tem seus alicerces na religião.

De acordo com Giumbelli (2003), grande parte das lojas de artigos evangélicos procura conferir a esse comércio um propósito e um sentido religiosos. Se, por um lado, o mercado dá suporte à vivência do compromisso estabelecido com a religião, por outro, ele também pode servir como uma porta para o evangelismo. Nesse mercado, o que se busca, em termos religiosos, é levar “a palavra de Deus” àquele que já conhece ou àquele que não conhece ainda. Em termos econômicos, o que se intenta é poder se beneficiar daqueles que buscam através de “produtos evangélicos” um incentivo para a fé. Em alguns casos, a loja se localiza dentro dos templos.

O que é interessante destacar é que, além da Bíblia, que é o artigo mais importante para a fé evangélica, os CDs têm tomado grande parte das prateleiras das lojas. Atualmente, o mercado fonográfico evangélico no Brasil conta com 120 gravadoras e distribuidoras de música gospel que faturaram, em 2003, cerca de R\$ 120 milhões (NEVES, 2004).

Nesse contexto, é possível compreender que o mercado evangélico se conforma aos espaços e sujeitos e todos eles se baseiam na articulação de lógicas religiosas e não religiosas. É exatamente por sua relação com os elementos do mundo secular que se pode perceber a importância desse mercado na permanência do que podemos denominar “cultura evangélica”. Dessa forma, o mercado se encontra como uma extensão do templo e da vida religiosa.

Seja como for, o que as observações sugerem é que penetrar hoje em uma loja de artigos evangélicos constitui uma experiência que ultrapassa em muito o ato estrito que envolve o consumo de um produto. [...] Além disso, encontrará produtos variados com os quais pode identificar-se, no duplo sentido da palavra: eles remetem a uma experiência religiosa e servem para expressar esse pertencimento, povoando o cotidiano e o próprio corpo desse “cliente”. Não é à toa que a expressão “cultura evangélica” apareça no próprio universo que contribui para produzi-la. Nesse plano, as lojas de artigos evangélicos, especialmente aquelas que se destacam no mimetismo de aspectos do mundo secular, seguem um caminho já trilhado anteriormente pelas lojas de artigos esotéricos (GIUMBELLI, 2003, p. 10-11).

Apropriando-me das idéias de Amaral (1999, p. 93) sobre a Nova Era e adequando-as ao contexto religioso evangélico, pode-se perceber o mercado evangélico como uma “experiência do sagrado que exige, ela mesma, a inclusão de elementos profanos provenientes do mundo do consumo”.

Segundo Colin Campbell, o ethos do consumo moderno caracteriza-se por uma busca constante de novas e variadas experiências de consumo, através de uma prática contínua de adquirir o que se deseja como uma atitude positiva. Disponibilidade,

desejo e vontade são qualidades positivamente valorizadas para realizar transformações, pois as pessoas não mais se encontram constrangidas nem consideram imoral lutar para “melhorar a si mesmas”. Assim, Campbell observa que, mais do que um fim em si mesmo, o consumo moderno descansa sobre um ethos que abraça um intenso sentido de obrigação moral (AMARAL, 1999, p. 99).

Diante dessa perspectiva, não é possível mais ver o consumo de artigos evangélicos como um simples consumo, mas como um ato que traz em si toda uma significância que circula por questões morais e positivas. Nesse sentido, a experiência religiosa se dá pela via do consumo, em que, sem “fantasmas” morais ou crise de consciência, o fiel experimenta os elementos tidos como seculares, de forma a inspirar experiências com o sagrado. Germiniani (2003, p. 123) clarifica essa discussão ao afirmar que “[...] a lógica do consumo moderno, além de não ter sido excluída da experiência religiosa, tem sido, ao contrário, colocada em foco, apresentando-se como condição necessária para uma sacralização ampliada do mundo cotidiano. Tal sacralização, oferece à esfera de bens de consumo material uma dimensão ética, via consumo de bens espirituais, num movimento de mão-dupla.”

Portanto, a religião mostra-se como um importante fator de consumo, o que acaba levando a um maior investimento no público evangélico – o qual cresce pelo Brasil. Essa maior exposição no mercado tem sido mais um aspecto que expressa a presença dos evangélicos em espaços da esfera pública, como lojas, supermercados, livrarias, feiras e outros eventos para seus produtos. E, num outro sentido, essa união de templo e consumo tem colaborado para um maior mimetismo desse público com a sociedade brasileira e, ainda, para a formatação e apresentação de sua imagem para esta.

2.3.5 - Turismo

Atualmente, além da exposição na mídia, na política, na assistência social e no mercado, os evangélicos têm se tornado um importante segmento do turismo. Essa importância vem surgindo em função de uma nova forma de expressão da religiosidade moderna, uma vez que, através de viagens, esse grupo pode afirmar e reafirmar sua identidade. Na verdade, viagens diversas têm surgido e atraído variados grupos religiosos entre os evangélicos, afirmando identidades – palavra que deve ser usada no plural para denotar essa diversidade, essa multiplicidade existente dentro dos grupos evangélicos.

Esse público religioso tem se tornado notável para um mercado até então extremamente focado no catolicismo no Brasil.

As viagens com roteiros cristãos, montadas estrategicamente para este tipo de público, têm se tornado um filão de mercado há pelo menos uma década. Sobretudo os roteiros internacionais evangélicos. O Ministério do Turismo não dispõe de números, já que não existem estudos que discriminem o segmento nos quais agências e operadoras de turismo trabalharão quando se cadastram, mas a assessoria de comunicação admite que, ao longo dos anos 90, o turismo religioso vem se firmando como uma importante vertente do mercado.

Da mesma forma, o número de evangélicos aumentou no decorrer dos anos 90. [...]

As agências de viagens vislumbraram um nicho de mercado para roteiros que, inspirados no périplo de Jesus ou no dos apóstolos, constituem novas perspectivas. Especialmente os

internacionais. Neste caso, tenta-se reconstituir — nos cenários da Bíblia — a trajetória sagrada (TURISMO, 2003).

Como é possível averiguar, a fé vem se tornando artigo de consumo e o turismo tem se colocado como mais um caminho para tal realização. O turismo evangélico se estrutura em torno, especialmente, de viagens a locais sagrados, geralmente acompanhados por algum pastor ou ministro de renome. Outro tipo de turismo evangélico que tem movimentado o mercado turístico é o de eventos religiosos – grandes encontros, concentrações e congressos –, sejam denominacionais ou interdenominacionais, que envolvem milhares de fiéis em suas atividades. Além disso, existem outros dois tipos de viagens realizadas pelos evangélicos em todo o país: as viagens de intercâmbio entre igrejas de diferentes cidades e as viagens missionárias, que movem pessoas aos mais diversos pontos do país e do mundo com intuito proselitista.

Aqui, após breve exposição das ligações entre o turismo evangélico e as mais diversas áreas, apresentar-se-á, num primeiro momento, a influência dos evangélicos no setor de turismo, através da demonstração da realidade da inserção dos evangélicos nesse espaço. A partir daí, esboçar-se-á um estudo exploratório sobre os tipos de turismo evangélico já citados anteriormente.

Assim como em outros aspectos da vida pública, os evangélicos têm se tornado um importante segmento no turismo. Isso pode ser verificado através do surgimento de agências de viagens exclusivas para esse mercado, bem como um maior investimento de municípios no recebimento desse tipo de público.

O turismo religioso tem se tornado um importante segmento para o desenvolvimento do turismo em certas localidades. Dessa forma, é possível encontrar as influências da religião na definição do tipo de turismo a ser desenvolvido em uma destinação, especialmente da fé evangélica, que não necessita de um santuário ou de um local “sagrado” para a realização de seus rituais.

Em Foz do Iguaçu – PR, o Secretário Municipal de Turismo busca fazer parcerias para que os evangélicos possam conhecer a cidade, por exemplo, ao fugir dos carnavais do Rio de Janeiro, Olinda e Salvador. Cabe destacar o trecho da reportagem em que o presidente do Conselho de Pastores de Foz do Iguaçu fala sobre o turista evangélico. “[...] Ivo Machado disse que com o projeto de turismo religioso a cidade vai ganhar tanto em arrecadação de divisas quanto em paz, “já que os evangélicos vão orar por todos nós”, disse. Machado ainda citou que o turista religioso é aquele ‘que faz turismo sem fazer barulho. E tem cliente para o

restaurante, centros comerciais e turísticos e hotéis de todas as estrelas’, exemplificou” (SECRETARIO, 2005).

É interessante notar que Machado destaca os benefícios financeiros que esse turismo pode trazer para a cidade, bem como os benefícios sociais, como a “paz e a tranquilidade”. Também reconhece que o público evangélico abrange desde as camadas mais desfavorecidas às mais abastadas, ao afirmar que existem clientes para os “hotéis de todas as estrelas”. Nessa mesma reportagem, o Secretário ressaltou a importância de eventos realizados por esse segmento em todo o país.

Outros adicionais favoráveis à incrementação [sic] do turismo religioso são as convenções nacionais de agremiações. [...]

Ano passado, a Adhonep reuniu mais de oito mil pessoas no Rio de Janeiro. Fundada em 1952, a associação está entre as maiores do mundo e engloba religiosos empresários, profissionais liberais e autoridades civis e militares em mais de 120 países. “São essas pessoas que poderão vir para Foz, fazer turismo e encontrar uma variedade de atrações, desde as que já dispomos quanto as que estaremos estudando”, disse o secretário (SECRETARIO, 2005).

É relevante destacar o interesse do Secretário por esse turismo, ao citar o exemplo da movimentação proporcionada pela Adhonep ao turismo da cidade do Rio de Janeiro – RJ, entendendo que um dos mais importantes tipos de turismo evangélico é aquele realizado por agremiações em suas convenções nacionais. Nesse caso, Balneário Camboriú – SC já reconhece a importância dessa demanda por serviços turísticos, especialmente em uma época do ano que seria considerada de baixa temporada.

De domingo até o dia 1º de maio, Balneário Camboriú deverá receber mais de 300 ônibus de excursão, trazendo evangélicos para o encontro dos Gideões Missionários que ocorre na cidade vizinha de Camboriú. Os organizadores estimam visitação de cerca de 100 mil pessoas durante todo o evento, entre brasileiros e estrangeiros.

O movimento Gideões é constituído por evangélicos que promovem a divulgação da Bíblia em todo o mundo. O turismo religioso é um dos setores que movimentam a economia neste período do ano em Balneário Camboriú e região. Hotéis, restaurantes, e o comércio em geral estão preparados para receber milhares de turistas que vêm à região para participarem do 24º Encontro Nacional de Missões dos Gideões (SILVA, A., 2006).

O prefeito de Camboriú, Edson Olegário, reafirma a tradição desse evento para a região e para a comunidade evangélica, além de ressaltar a sua importância econômica, conforme ele relata ao Jornal Tribuna, mais uma vez destacando o tema a que o secretário de Foz se referiu.

“A importância desse encontro é enorme, pois a Prefeitura, comerciantes e até moradores conseguem arrecadar divisas devido ao mesmo”, salientou Olegário. O prefeito afirmou que vários moradores alugam as suas casas próximas aos locais do evento para os gideões. “Tem pessoas que alugam as suas residências pelo valor de até

R\$ 5.000,00". Como em anos anteriores haverá regulamentação das áreas nas quais os ambulantes e comerciantes poderão atuar (SILVA, A., 2006).

Outro local que tem procurado atrair o público evangélico é Ilha Grande – RJ. O interessante é que esse público tem sido escolhido pelo governo local em função do bom comportamento e porque parte da população local também é evangélica. É um caso raro no Brasil, mas que vale ser apresentado.

O projeto idealizado pelo economista Carlos Lessa, que deixou a presidência do banco em novembro, rachou a ilha ao meio. De um lado, ambientalistas que defendem o turismo inclusivo com responsabilidade social e ambiental. De outro, a Prefeitura de Angra e o subprefeito da Ilha Grande, Álvaro Alexandre de Oliveira Segneri, que em lugar do turismo proposto pelo BNDES tem uma idéia no mínimo controvertida:
- Queremos investir no turismo evangélico em Provetá, porque 80% da população é evangélica - diz, referindo-se a uma das comunidades mais interessantes da ilha. Em 1994, na Praia de Provetá, onde há uma vila de moradores, um fenômeno surpreendeu todos os evangélicos: o surgimento de moedas de diversas épocas, aparecendo esporadicamente. O episódio reforçou a fé. No carnaval, em vez de corsos, blocos ou rodas de samba, Provetá contou com a euforia contida de uma banda gospel. O filão evangélico, portanto, não está descartado (PARAÍSO, 2005).

Esses exemplos corroboram a idéia do crescimento do turismo entre os evangélicos, ora sendo por um interesse crescente das localidades nesse público, ora sendo pelo maior interesse das agências de turismo.

No caso das agências de turismo, um dos fatores que tem permitido acompanhar o recente envolvimento da fé evangélica com o mercado turístico é o surgimento não apenas de departamentos em agências de turismo, mas agências especializadas no turismo evangélico, como é o caso da Agência TKR. Em seu *site*, a empresa afirma que é voltada para o mercado evangélico, uma vez que surgiu em função desse mercado e que visa assessorar a comunidade evangélica suprindo as necessidades de auxílio profissional na área de organização de eventos, congressos e caravanas. Sua missão é “Ser a agência nº 1 dos evangélicos e a nº 1 em turismo de negócios e congressos”.⁴¹ Isso também pode ser comprovado através de um anúncio de seus pacotes na revista evangélica Eclésia:

⁴¹ Disponível em <<http://www.tkrturismo.com.br/visao.php>> Acesso em 15 de mar 2006.

Terra Santa
Viagens Bíblicas 2005/2006

Descubra as maravilhas da Terra Prometida

Festa dos Tabernáculos - Sucot

1ª Opção - Egito e Israel	2ª Opção - Israel
Saída dia 09/10/05 - 13 noites	Saída dia 13/10/05 - 9 noites
US 2.549,00	US 2.149,00

Saídas mensais a partir de novembro

Israel - 7 noites US\$ 1.990,00

Saídas garantidas com o mínimo de 02 pessoas, ou monte seu grupo. Reúna os irmãos da sua congregação e venha falar conosco.

CONSULTE OUTROS PACOTES

TKR
OPERADORA
Jesus é Fiel

A Nº 1 EM TURISMO EVANGÉLICO
www.tkrturismo.com.br
0800 701 0812 | (71) 2103.0812

Figura 1 - Promoção de pacote pela TKR na revista Eclésia. (Eclésia, Ano 10 – Número 112, p. 51)

Outra agência que tem se inserido no mercado turístico evangélico é a Good Travel, que em seu *site* anunciava pelo menos três diferentes opções de pacotes para o público evangélico, desde eventos a viagens à Terra Santa.

Good Travel
[ON LINE]

(Empresa) (Pacotes) (Eventos) (Contato)

Brasil - 11:58:29

1 Congresso Evangélico Nacional de Profissionais da Saúde
Confira a listagem das hospedagens e tarifas!

2 CONGRESSO EM PORTO SEGURO 2006
Clique aqui e confira as opções de pacotes disponíveis e faça a sua melhor opção para ir neste super congresso!

3 FESTA DOS TABERNÁCULOS EM ISRAEL!
SAÍDA DO BRASIL NO DIA 26/09/06!
Confira as informações!

Home Contato Créditos

Done

start MSN Messenger Lagoinha.com - Mic... Good Travel - On Li... Inbox - Outlook Ex... Documento1 - Mic... 11:58

Figura 2 - Site da agência Good Travel. Disponível em: <<http://www.goodtravel.com.br/>> Acesso em 30 de jun 2006.

A Agência Travel Club também é conhecida no meio evangélico principalmente por suas viagens à Terra Santa. Frequentemente requisitada por pastores ou igrejas famosas, a Travel Club organiza viagens para o segmento evangélico, beneficiando-se da força institucional desses líderes ou igrejas para atrair um maior número de consumidores. Em seu *site* anuncia que foi responsável por levar mais de dez mil pessoas à Terra Santa e que realiza eventos ao lado dos mais respeitados e conhecidos líderes e denominações. Concorrendo com a TKR, afirma ser “líder no mercado brasileiro de viagens e eventos dirigidos ao público cristão”.

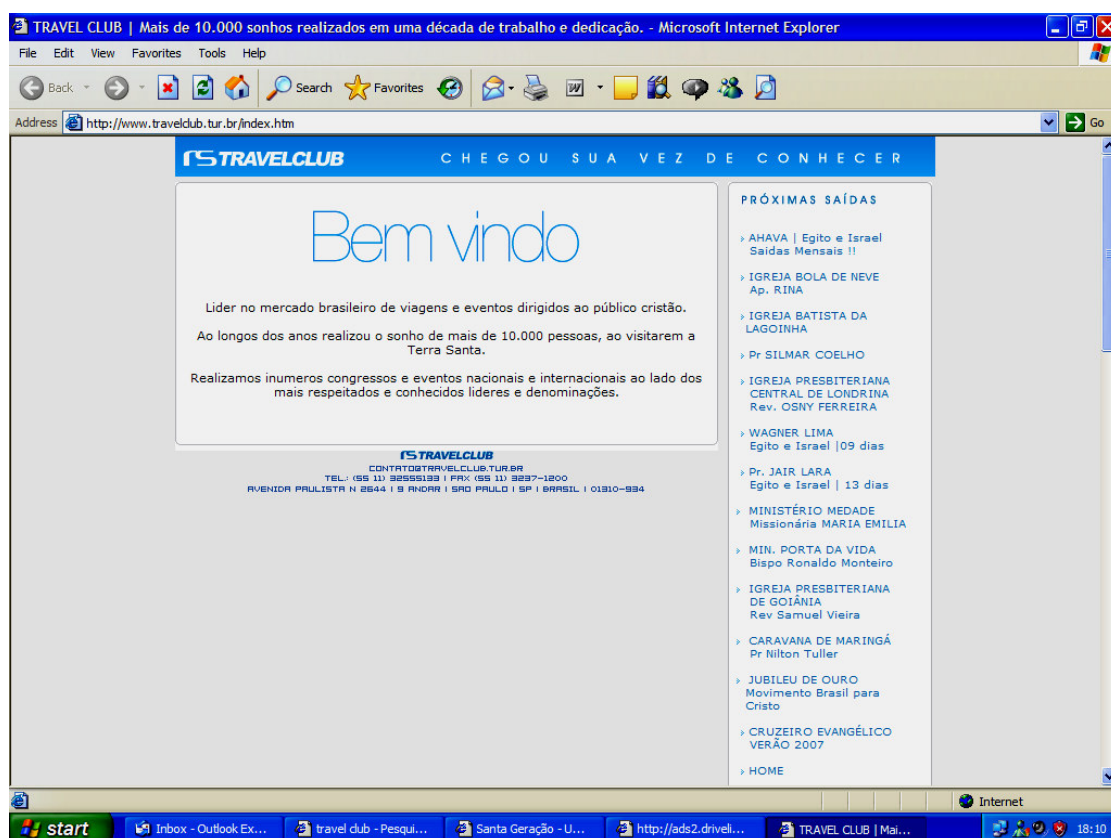


Figura 3 - Site da agência Travel Club. Disponível em: < <http://www.travelclub.tur.br/index.htm> > Acesso em: 20 de mai 2006.

No caso das viagens organizadas pela Travel Club, é interessante perceber de que forma o turismo se apropria de bens simbólicos da religião. Nesse caso, diversos roteiros descritos pela agência citam os textos bíblicos referentes ao local a ser visitado. A seguir, apresentam-se dois dias de um roteiro para o Egito e para Israel, chamado AHAVA ⁴².

⁴² Disponível em: <<http://www.travelclub.tur.br/index.htm>>. Acesso em: 20 de mai 2006.

6º Dia – 04 de Junho (Eilat / Mar Morto / Galiléia)

Café da manhã no hotel, nossa primeira parada do dia será no **Mar Morto**, o mar mais salgado e baixo do mundo, onde ninguém afunda. Teremos tempo livre para esta experiência (**não esqueça de levar uma toalha e roupa de banho**). Seguiremos nossa viagem ao norte de Israel. No caminho passaremos pela área indicada como **Sodoma e Gomorra, Massada (fortaleza construída por Herodes), Qunram (local onde encontraram os manuscritos do livro de Isaías escondidos pelos essênios durante a invasão romana nos anos 66 d.C aprox.)**. Chegaremos a **Jericó** que esta a frente do **Monte Nebo** onde Moisés avistou a Terra Prometida. Jericó local de muitos acontecimentos bíblicos, entre eles a Tentação de Cristo, visita à **casa de Zaqueu** e muitos outros. De Jericó seguiremos direto para a cidade de **Tiberiades** na **Galiléia**. Chegada ao hotel, acomodação e Jantar.

Referências Bíblicas: Jericó (Js 6:2), (Hb 11:30), Zaqueu (Lc 19) , Cego de Jericó (Mc 10:46), Sodoma e Gomorra (Gn 19:23)

7º Dia – 05 de Junho (Galiléia)

Café da manhã e saída para as visitas na região da **Galiléia**. Iniciaremos nosso dia com o **Rafting no Rio Jordão (programa opcional consulte-nos para os detalhes)**. Seguiremos para região do **Mar da Galiléia** local do início dos ensinamentos de Jesus. Iniciamos nossas visitas com o **Monte das Bem-aventuras**, local do Sermão da Montanha, após descendermos ao local que marca a multiplicação dos pães e peixes, **Cafarnaum** centro do ministério de Jesus, onde veremos as ruínas uma sinagoga, um local que marca a **casa de Pedro**. O próximo passeio será um maravilhoso **passeio de barco pelo mar da Galiléia** com louvor e ministração do **Ap. Rina**. Para finalizar o dia estaremos conhecendo o **Yardenit**, local apropriado para o **batismo no rio Jordão**. Jantar no hotel.

Referências Bíblicas da Galiléia: (Jo 21, Jo 6), (Lc 6:17), (Mt 5)

Cabe ressaltar que cada pacote da Travel Club tem características especiais para cada grupo. No caso da “Bola de Neve Church”⁴³, do apóstolo Rina, a viagem conta com subida ao Monte Sinai, rafting no Rio Jordão e mergulho no Mar Vermelho. Todas essas atividades são caracterizadas no turismo como atividades de aventura, que também são incluídas em outros tipos de turismo. Normalmente essas viagens incluem outras destinações fora da Terra Santa, como Paris, Londres, Itália, Egito e Grécia. Em todas elas são destinados horários para a realização de compras, como as que se dão nas galerias Laffayette, em Paris. Também as

⁴³ Segundo Pereira e Linhares (2006, p. 80), a Bola de Neve Church tem sede em São Paulo – SP, conta com 26 templos e é dirigida pelo pastor Rinaldo de Seixas Pereira. A igreja tem seis anos de existência e se diferencia por ter um público essencialmente de jovens, em sua maioria surfistas e skatistas.

formas de parcelamento variam de acordo com o grupo. Existem grupos que dividem a viagem em até 15 vezes, outros em apenas 3 vezes. Além da divulgação realizada nos *sites* da agência e das igrejas, também são utilizados anúncios em revistas evangélicas de circulação nacional, como o presente no exemplo:

CHEGOU A SUA VEZ DE CONHECER

Israel

Mais de DEZ MIL passageiros já tiveram seus sonhos realizados.
Agora, só falta VOCÊ !!

TRAVELCLUB, a mais de uma década realizando sonhos!

proximas saída Igreja Porta da Vida
Pr. Jair Lara
Pr. Wagner Lima
Igreja Bola de Nave
Igreja Batista Lagoinha.

Igreja Presbiteriana Central de Londrina
Rev. Dr. Osni Ferreira

saída: 28 DE MAIO DE 2006

a partir de R\$ 399,00 mensais
entrada facilitada em até 3 vezes

incluindo: 13 dias / 10 Noites
Café da Manhã e Jantar

visitando: Paris | Roma | Cairo | Monte Sinai
Mar Vermelho | Galiléia | Jerusalém

TRAVELCLUB
VIAGENS BÍBLICAS

CENTRAL DE ATENDIMENTO

SAO PAULO (11) 3255-5133	BRASILIA (61) 4062-1133	contato@travelclub.tur.br
RIO DE JANEIRO (21) 4062-1133	GOIANIA (62) 4062-1133	TELE (11) 3255-5133
BELO HORIZONTE (31) 4062-1133	FLORIANOPOLIS (48) 4062-1133	AV. PAULISTA, Nº 2644 SP ANDAR
CURITIBA (41) 4062-1133	PORTO ALEGRE (41) 4062-1133	SAO PAULO SP 01310-934

www.travelclub.tur.br

Março-Abril, 2006 | ULTIMATO 59

Figura 4 - Promoção de pacote para Israel da Travel Club publicada na revista Ultimato (Ano XXXIX – No 299. Março-Abril 2006)

Outras agências também comercializam viagens religiosas para os evangélicos, entretanto, as duas citadas – TKR e Travel Club – representam uma das mais importantes amostras desse tipo de turismo. Uma das precursoras nesse tipo de turismo foi a d'Ávilla Tour, pertencente ao pastor Caio Fábio de Araújo Filho – um dos maiores líderes evangélicos na década de 1990. Já na década de 1990, operava viagens para a Terra Santa, aproveitando da publicidade da revista evangélica Vinde, conforme os anúncios a seguir:

Viajar é bom.

Com a d'Ávilla tours você tem a garantia de sua viagem ser muito mais criativa e emocionante!

d'Ávilla Tours
Turismo com fé!

480 anos da reforma protestante!

- História da Igreja
- Maio 1997 - Pr. Adail Sandoval
- Set. 1997 - Dr. Russel Shedd

Encontro da família na Flórida

- FestVinde
- Julho 97
- Com Rev. Caio Fábio

Conferência Internacional cristã em Israel

- Israel
- Janeiro 1998
- Com Rev. Caio Fábio

A d'Ávilla trabalha para proporcionar a máxima satisfação de seus clientes. Para tanto, conta com a melhor equipe de profissionais. Tudo isso para que você desfrute dos mais belos e emocionantes roteiros e dos melhores serviços.

Saídas mensais garantidas!

Ligue Já, Ligue:

RIO DE JANEIRO Tel.: (021) 535-4532

SÃO PAULO Tel.: (011) 727-4235

GOIÂNIA Tel.: (080) 226-1241

Temos o melhor financiamento do mercado.

BRASIL
EM ATÉ 21 VEZES

BRABESCO EM ATÉ 12 VEZES

IATA

TollFree: 0800 237 221 - RJ 0800 550 100 - SP

Figura 5 – Propaganda da d'Ávilla Tour na revista VINDE (Ano II – no 18 – Maio 1997)

Viajar é bom.

**Viajar com a d'Ávila,
é muito mais criativo!**

JULHO é Férias, a d'Ávila tem algo especial para você, veja:

02 A 15 DE JULHO - ISRAEL E GRÉCIA

05 A 19 DE JULHO - ITÁLIA, EGITO E ISRAEL

ISRAEL todo mês! saídas garantidas

Não perca! Serão férias inesquecíveis! Viaje conosco e comprove!

Ligue Já, Ligue:

RIO DE JANEIRO Tel.: (021) 620-4622	SÃO PAULO Tel.: (011) 222-4255	GOIÂNIA Tel.: (062) 229-1241
---	--	--

d'Ávila Tours
Turismo com Fé

Temos o melhor financiamento do mercado.

EM ATÉ 21 VEZES

EM ATÉ 12 VEZES

TollFree: 0800 237221

Figura 6 – Propaganda da d'Ávila Tour na revista VINDE (Ano II – no16 – Março 1997)

Viajar é bom

Canaã

A SUA VIAGEM PLANEJADA

A d'Ávila entende que o sonho de todo cristão é conhecer Israel, a Terra Santa. Passar nos lugares onde o Cristo mudou o rumo da história, pisar na Terra onde o Rei dos reis pisou, significa agregar valores a vida, principalmente, valores espirituais.

Visando atender este anseio do povo cristão, é que a d'Ávila criou a VIAGEM PLANEJADA CANAÃ. O nosso objetivo é propiciar a todas as pessoas a oportunidade de concretizar o sonho de ir a Israel.

Viajar com a d'Ávila é muito mais criativo.

A Viagem Planejada Canaã oferece a você três alternativas.

- 1) 13 Noites - Israel, Egito, Grécia e Itália - US 2.990,00
- 2) 10 Noites - Israel, Grécia e Itália - US 2.890,00
- 3) 8 Noites - Israel e Grécia - US 2.550,00

Tudo isto a partir de US 85,00 Mensais

Pensou Israel? Ligue d'Ávila!

RIO DE JANEIRO 0800 237221 DDG (Discagem Direta Grátis) Tel.: (062) 229.1241	SÃO PAULO 0800 550100 DDG (Discagem Direta Grátis) Saídas mensais garantidas
--	--

Você agora conhece A Viagem Planejada Canaã. É só se inscrever e falar com os seus amigos.

d'Ávila Tours
Turismo com Fé

IATA

www.rjio.nutecnet.com.br/davila_tours

Figura 7 – Propaganda da d'Ávila Tour na revista VINDE (Ano II – no 20 – Julho 1997)

Israel/98

Comece o ano com o Maior evento Cristão em Israel!

O Convite é Especial.

"Venha. Vai ser mais que bom. Jesus irá conosco."
Rev. Caio Fábio

13 a 24 de Janeiro

Financiamentos com as melhores Taxas do Mercado.

Pensou Israel? Ligue d'Ávila!

RIO DE JANEIRO 0800 237221 DDG (Discagem Direta Grátis)

SÃO PAULO 0800 550100 DDG (Discagem Direta Grátis)

GOIÂNIA Tel.: (062) 229.1241

Saídas mensais garantidas

Conheça Canaã
A SUA VIAGEM PLANEJADA

d'Ávila Tours
Turismo com Fé

www.ric.nuicenet.com.br/davila_tours

Figura 8 – Propaganda da d'Ávila Tour na revista VINDE (Ano II – no 23 – Outubro 1997)

Esses anúncios da d'Ávila Tours demonstram como os pacotes de viagens para os evangélicos utilizam-se de símbolos e de signos, envolvendo o imaginário do crente, com dizeres religiosos e palavras do pastor Caio Fábio.

Ainda nos referindo ao turismo organizado por agências, o que é percebido é que encontramos uma via de mão dupla entre o mercado (turismo) e a religião. Em alguns casos, o que se vê é a religião incorporando as atividades de turismo em suas práticas religiosas, e, em outros casos, é a atividade turística que se utiliza da religião para a realização de seu objetivo enquanto economia. Assim como visto, muitos pastores e igrejas são divulgados através da realização de pacotes criados pelas agências, mas também, por outro lado, diversos pastores promovem agências de turismo em seus programas televisivos, em revistas evangélicas, ou nos *sites* de suas igrejas ou ministérios, conforme pode ser visto a seguir:



Figura 9 - Site do Missão Carismática Internacional, no link de turismo. Disponível em: <<http://www.eventosmci.com/turismo.htm>> Acesso em: 20 de mai 2006.

O site supracitado é de um grupo cristão, com base em Bogotá, que tem uma visão celular, mas que alcançou um grande número de igrejas envolvidas em todo o Brasil, sendo mais conhecida entre os evangélicos como G12⁴⁴, conforme pode ser visto na logomarca da

⁴⁴ Trata-se do Movimento cujo fundador é César Castellanos Domínguez, pastor-fundador da "Missão Carismática Internacional" (igreja ou denominação?) cuja sede principal fica em Bogotá na Colômbia, e que segundo informações possui 170 mil membros e 15 mil células, ou grupos familiares. É preciso, entretanto, iniciar definindo os termos:

O G-12 - Castellano diz: "o princípio dos doze é um revolucionário modelo de liderança que consiste em que a cabeça de um ministério seleciona doze pessoas para reproduzir seu caráter e autoridade neles para desenvolver a visão da igreja, facilitando assim a multiplicação; essas doze pessoas selecionam a outras doze, e estas a outras doze, para fazer com elas o mesmo que o líder fez em suas vidas." O princípio de discipular pessoalmente alguns líderes da igreja, para que estes discipulem outros, não é novo (conf. O Plano Mestre de Evangelismo). O princípio está também contemplado em 2 Tm 2.2 "E o que de mim, entre muitas testemunhas, ouviste, confia-o a homens fiéis, que sejam idôneos para também ensinarem os outros." O princípio não foi inventado por Castellanos.

O Programa Celular - É um modelo eclesiológico de células, ou a organização da igreja em pequenos grupos nos lares que se multiplicam quando crescem. Tal organização é, há muito, utilizada pelas igrejas evangélicas (ECOS, grupos familiares, NEBS, grupos de base etc...), como também pela igreja católica com as suas CEBs. Na Missão Carismática Internacional esses grupos são chamados de C.A.F.E. - Célula de Adestramento Familiar e de Evangelismo. Os grupos familiares são reconhecidos por todos os estudiosos em crescimento de igreja como uma estratégia eficaz de evangelização e crescimento da igreja.

empresa no canto inferior esquerdo. Eles organizam viagens para grupos de 12 pessoas, excursões ministeriais e ainda vendem passagens aéreas nacionais e internacionais.

Outro *site* evangélico que aponta um *link* na página principal para uma agência de turismo é o da pastora-cantora Ludmila Ferber. Nesse *site* encontra-se o *link* para a agência Viaje Bem Turismo que, dentre outros serviços, oferece viagens para a Festa dos Tabernáculos em Israel, numa caravana com o apóstolo René Terra Nova – líder do G12 no Brasil. Importante destacar que, ao final da descrição desse pacote, há a seguinte frase: “ano que vem, em Jerusalém, pela Viaje Bem, posso ouvir um amém?”. Desse modo, é possível afirmar que essas viagens constituem uma experiência que vai muito além do simples ato de consumo de um produto e, em função disso, até mesmo consignas evangélicas são utilizadas para dar legitimidade a essas experiências.

Os Encontros - Castellanos explica: "São retiros de três dias, durante os quais o novo crente compreende a dimensão exata do significado do arrependimento, recebe cura interior e é liberto de qualquer maldição que tenha imperado em sua vida. Logo a seguir se capacita como guerreiro espiritual, com a ministração do enchimento do Espírito Santo." São retiros espirituais nos quais "mediante conferências, palestras, vídeos e práticas de introspecção, se leva o novo convertido ao arrependimento, libertação de ataduras e sanidade interior." São parte da estratégia de Castellanos para a conservação dos novos convertidos e integração dos mesmos na sua igreja. Em algumas de suas estratégias os encontros, copiam os encontros de Casais (segredo, impacto intensivo e seqüencial etc...).

Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/bibliaworld/igreja/048.htm>> Acesso em: 20 de jul 2006.

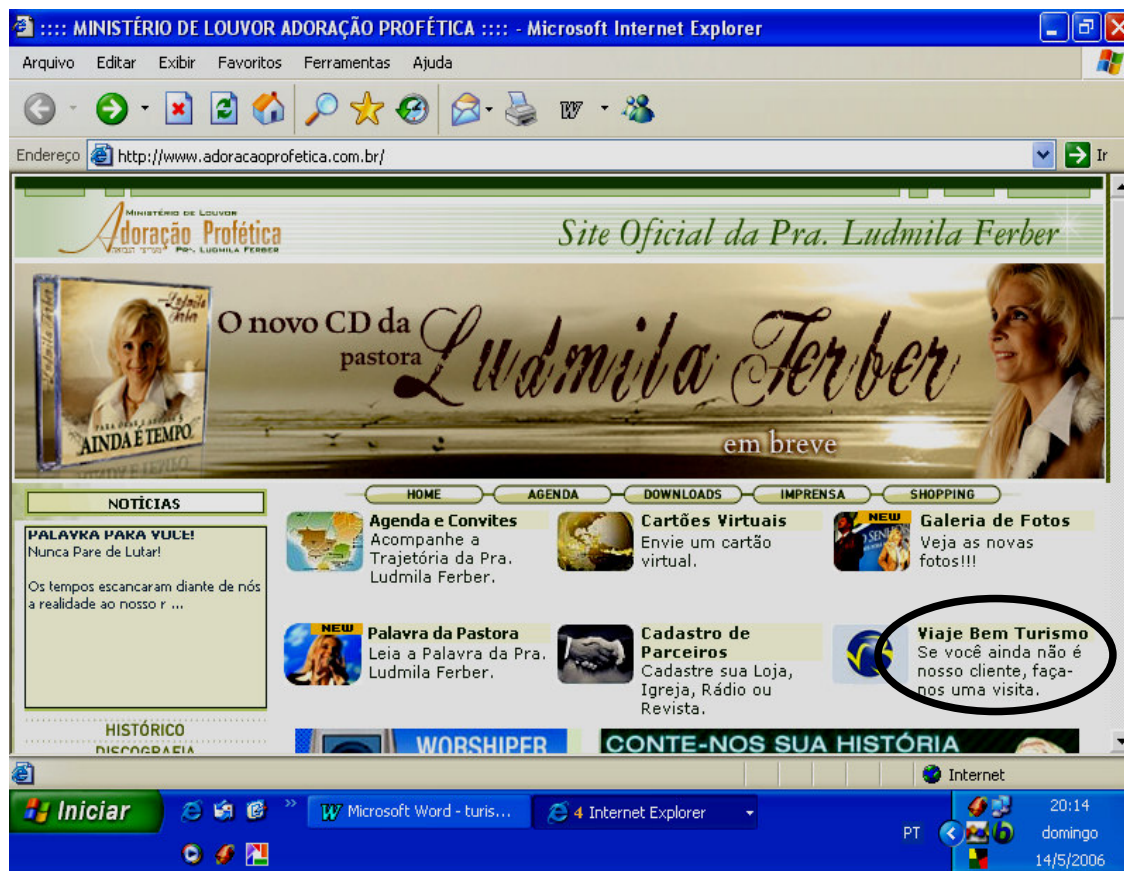


Figura 10 - Site do Ministério de Louvor Adoração Profética, com a pastora Ludmila Ferber. Em destaque, link na página principal do site para a agência Viaje Bem Turismo. Disponível em: <<http://www.adoracaoprofetica.com.br/>> Acesso em: 20 de mai 2006

Como visto, uma forma de verificar a inserção da religião no turismo é o uso de signos e de símbolos cristãos pelo mercado. No *site* da agência Maranatur, nome sugestivo a Maranata – termo que significa “Nosso Senhor Vem”, que é muito utilizado pelos cristãos evangélicos em sua fé – pode ser encontrado como logomarca da empresa um peixe parecido com aquele que se refere ao cristianismo.



Figura 11 - Logomarca da agência Maranatur. Disponível em: <<http://www.maranatur.com.br/>> Acesso em 20 de mai 2006.

No caso das agências de turismo, o

viagens realizadas pelas “carro-chefe” dos produtos

evangélicos são as viagens à Terra Santa, mas outros destinos têm surgido para satisfazer a esse público específico, como viagens de cruzeiros e também viagens às cidades principais que foram palco da Reforma Protestante.

Conforme pode-se verificar, a cada ano ocorre um aumento no fluxo de turistas-fiéis que visitam a Terra Santa. Evidentemente esse número não se refere exclusivamente aos evangélicos, mas sabe-se que boa parte dos participantes dessas viagens o são. “Segundo a Braztoa (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo), já houve aumento de 40% na procura de grupos de turismo para Israel. As estatísticas do Ministério do Turismo israelense confirmam a tendência. Até outubro deste ano visitaram o país 9.431 brasileiros, contra os 7.761 de todo o ano de 2003”. (TEL AVIV, 2004).

É interessante ressaltar que o turismo evangélico tem gerado fortes transformações no turismo da Terra Santa. De fato, a atividade turística tem tomado conta daquele espaço, ocasionando transformações nas estruturas locais. Recentemente, o Ministério do Turismo de Israel aprovou a construção de um parque temático que contará a história da vida de Jesus:

"Os cristãos derramarão lágrimas e ficarão emocionados", imagina Uri Dagul. Presidente da Associação dos Meios de Hospedagem para Jovens de Israel, Dagul vê na construção de um parque temático baseado na vida de Jesus por grupos evangélicos, num terreno de 500 mil metros quadrados, próximo ao mar da Galiléia, na chamada região do lago de Tiberíades, a criação de um moderno e promissor destino de viajantes internacionais.

O turismo religioso não é propriamente novidade. Jerusalém, onde há locais sagrados para cristãos, judeus e muçulmanos, foi, há muito, descoberta por visitantes, religiosos ou não. [...]

A novidade do parque temático a ser construído em Israel pelos evangélicos fica por conta de o novo destino ser um local moderno - ainda que a região fique entre Cafarnaum, onde estão as ruínas da Casa de São Pedro; o monte das Beatitudes, onde foi proferido o Sermão da Montanha; e Tabgha, onde Jesus teria promovido o milagre da multiplicação dos pães e dos peixes.

Segundo Uri Dagul, "existem 90 milhões de evangélicos na América e outros 300 milhões em todo o mundo; se 1% deles for ao parque, o projeto será um sucesso".

Com as bênçãos do Ministério do Turismo de Israel, os grupos evangélicos que desenvolvem o projeto planejam investir entre US\$ 50 milhões e US\$ 70 milhões no conjunto.

O governo israelense calcula que o novo parque temático baseado na vida de Jesus na Terra Santa possa atrair cerca de 1,5 milhão de visitantes anualmente - o Brasil, hoje, recebe em seu território cerca de 5 milhões de turistas estrangeiros/ano.

Entre os brasileiros, cresce o número de viajantes que se destinam a Israel. Em 2004, cerca de 10 mil turistas foram ao país - 57% mais do que no ano anterior (ISRAEL, 2005).

No entanto, apesar desse forte impulso da atividade turística religiosa para locais sagrados da Terra Santa – especialmente aqueles roteiros sobre a vida de Jesus – atualmente, com uma visão focada no mercado, estão sendo criados pacotes direcionado às cidades visitadas pelo apóstolo Paulo de Tarso e ao caminho percorrido por Moisés, bem como

pacotes pelas principais cidades que fizeram parte da Reforma Protestante e passeios para eventos do calendário judaico, como a Festa dos Tabernáculos.

[...] Com vistas a alargar a área de atuação, e mesmo expandir o espectro “pacotes evangélicos”, a novidade é o temático “Rota dos Reformadores”, que parte da Grécia e visita vários países da Europa, tais como Escócia, França e Suíça. Começou a operar em 2000 e remonta à Reforma Protestante, ocorrida no século 16. “Esse roteiro já tem um caráter mais abrangente, mas também apresenta um aspecto religioso”, diz Saito (TURISMO, 2003).

O que pode-se notar é que esse pacote contempla especificamente o público evangélico, uma vez que apresenta um roteiro que conta com visita a locais que foram marcos da Reforma Protestante. Nesse segundo trecho, percebe-se que outros roteiros também têm se apresentado como um importante nicho de mercado, como é o caso do roteiro das viagens do apóstolo Paulo. “Os pacotes, na sua maioria, com nomes bem dentro do clima religioso, a exemplo de Caminhos ⁴⁵de São Paulo, são fechados com até 60 pessoas. “A faixa etária é entre 40 e 50 anos. Esse pessoal é bem mais assíduo que os jovens”, observa Sílvia”. (CORREIA, 1998).

Ainda com os olhos fixos nas possibilidades de ganhos econômicos, outros produtos turísticos têm sido criados para atrair essa clientela, como os cruzeiros evangélicos. Normalmente esses cruzeiros contam com a presença de famosos pastores e músicos do meio evangélico e têm uma programação voltada para atender à fé desse grupo.

Mas eis aqui a grande e bem sucedida aposta de Saito: os cruzeiros marítimos. Em janeiro deste ano um grupo passou quase uma semana em um navio da Costa Cruzeiros. Os passageiros participaram da programação da mesma forma que os hóspedes que lá estavam. Abstiveram-se, claro, das extensas noitadas regadas a álcool e dos cassinos, conforme previsto nos preceitos da religião. O pacote incluía também a ida de um pastor que rezava missas em uma igreja flutuante, das 19 às 21 horas (TURISMO, 2003).

A Agência Travel Club divulga seus pacotes de cruzeiros evangélicos através de vídeos com personalidades e fiéis – deste tipo de grupo religioso – testemunhando a respeito da viagem e apresentando fotos da mesma – todos publicados em seu *site*.

⁴⁵ Sobre a modalidade dos Caminhos, no turismo New Age ver Carneiro (2001), e no âmbito do catolicismo ver Germiniani (2006).



Figura 12 - Figura de promoção do Cruzeiro Evangélico no site da Travel Club. Disponível em: <<http://www.travelclub.tur.br>> Acesso em: 20 de mai 2006.

Esse grupo também utiliza-se de revistas evangélicas de circulação nacional para fazer a divulgação de seus pacotes para os cruzeiros, conforme apresentado a seguir:

4º Cruzeiro Evangélico

Neste ano a *Travel Club* preparou pra você e sua família o **4º Cruzeiro Evangélico** à bordo do mais novo e elegante Transatlântico. O *MSC Armonia* traz toda a experiência e hospitalidade italiana, que estarão presentes a cada momento de sua viagem com infraestrutura adequada, serviços personalizados e um Staff altamente capacitado. São 10 andares de conforto, requinte e sofisticação: sauna, 2 piscinas, 2 jacuzzis, jogging, cabeleireiro, spa, massagista, centro comercial, clube infantil, centro médico, mini golfe, academia com vista para o mar e muito mais...

Pretores:
Pr. Jabes de Alencar, Pr. Jorge Linhares
Pr. Silmar Coelho e Pr. Ricardo Gondim

TRAVEL CLUB
Viagens Bíblicas
(11) 3255.5133
www.travelclub.tur.br

A partir de
R\$ 199⁰⁰
Mensais por pessoa em cabine quadrupla com entrada

Roteiro 4º cruzeiro evangélico saída: 7/jan

Data	Porto	Chegada	Saída
07/01	Santos		18h00
08/01	Rio de Janeiro	08h00	18h00
09/01	Navegação		
10/01	Salvador	09h00	24h00
11/01	Ilhéus	07h30	16h30
12/01	Búzios	22h00	
13/01	Búzios		17h00
14/01	Santos	09h00	18h00
15/01	Rio de Janeiro	08h00	

8 DIAS / 7 NOITES

Figura 13 - Promoção do 4o Cruzeiro Evangélico, divulgado na revista Eclésia (Ano 9 – no106, p. 59).

FÉRIAS INESQUECÍVEIS

Com as Conferências do Pr. Silas Malafaia

A PARTIR DE 15 X R\$ 199,00

CRUZEIRO EVANGÉLICO INTERDENOMINACIONAL pela costa brasileira
no transatlântico Costa Tropicale

Saídas
dia 22/01/02 de Santos
dia 23/01/02 do Rio de Janeiro

santos
rio de janeiro
maceió
salvador
búzios

vagas limitadas

5 refeições diárias

solicite seu folheto promocional

Data	Porto	Chegada	Saída
2001/02	Santos	-	18:00h
2001/02	Rio de Janeiro	08:00h	14:00h
2001/02	Navegação	-	-
2001/02	Salvador	08:00h	17:00h
2001/02	Maceió	09:00h	24:00h
2001/02	Navegação	-	-
2001/02	Búzios	23:00h	-
2001/02	Búzios	-	16:00h
2001/02	Santos	09:00h	18:00h
2001/02	Rio de Janeiro	08:00h	-

TRAVEL CLUB
Viagens especiais

SÃO PAULO
Paulista, 2644 - 6º andar - cj.62
Fone: (11)3255-5133

RIO DE JANEIRO
Av. Marechal Camara, 160 - 10º andar - cj.1021
Fone: (21) 2215-7065

www.travelclubbrasil.com.br

Figura 14 - Promoção do 1º Cruzeiro Evangélico, divulgado na revista Enfoque Gospel (Edição 4 – Ano 1 – Novembro 2001, p. 69).

vagas limitadas !!

5 cruzeiro evangélico

SANTOS | PUNTA DEL ESTE
BUENOS AIRES | FLORIANÓPOLIS

5 VEZES SEM JUROS
5 X R\$ 576.00

Preço por pessoa em cabine externa dupla (categoria G)
sujeitos a alteração sem prévio aviso e aprovação bancária!

8 Dias de Cruzeiro Marítimo
Cabines Externas
5 Refeições Diárias
Gorjetas
Todas as Taxas
Tour em Buenos Aires
Tour em Punta del Este
Tour em Florianópolis
Programação Religiosa especial
Traslado de São Paulo a Santos

Saída
■ De 22 à 29 de Janeiro de 2006

Itinerário

22/1	dom	SANTOS	----	17:00
23/1	seg	EM NAVEGAÇÃO	----	----
24/1	ter	EM NAVEGAÇÃO	----	----
25/1	qua	BUENOS AIRES	08:00	18:00
26/1	qui	PUNTA DEL ESTE	10:00	18:00
27/1	sex	EM NAVEGAÇÃO	----	----
28/1	sab	FLORIANÓPOLIS	08:00	17:00
29/1	dom	SANTOS	07:00	----

Preletores
■ Pr. SILMAR COELHO
■ Pr. PAULO CESAR BRITTO
Sujeitos a alteração sem prévio aviso!

Ligue agora para nossa central de atendimento

São Paulo	(11)	3255-5133
Rio de Janeiro	(21)	4062-1133
Belo Horizonte	(31)	4062-1133
Brasília	(61)	4062-1133
Goiania	(62)	4062-1133
Curitiba	(41)	4062-1133

www.travelclub.tur.br
visite o nosso site para maiores informações

Figura 15 - Promoção do 5o Cruzeiro Evangélico, divulgado na revista Ultimato (Ano XXXIX – no 298 – Janeiro-Feveiro 2006, p. 63)

Outro tipo de turismo evangélico que tem participado para uma maior inserção dos evangélicos na esfera pública é o de eventos. Os eventos realizados pelos evangélicos podem

ser diversos: desde congressos internacionais a festivais de música gospel, desde eventos denominacionais a eventos interdenominacionais etc. Na verdade, o que pode ser verificado é que os evangélicos têm viajado para os mais variados locais do país para participar de eventos relacionados à sua fé.

Ainda no *site* da Agência TKR podem ser encontrados os eventos⁴⁶ organizados pela mesma ou aqueles em que ela foi a agência oficial. Esses eventos são variados: alguns de música, outros de estudos sobre a Bíblia e outros de denominações específicas.

Os eventos realizados por evangélicos, normalmente, contam com a presença de pastores/cantores conhecidos em nível nacional ou são realizados por igrejas de renome. Esses eventos, muitas vezes, são divulgados através dos *sites* das igrejas ou dos *sites* de conteúdo evangélico, dos próprios pastores/cantores, dos programas e canais de TV evangélicos e das revistas de cunho evangélico, conforme pode ser verificado nas figuras a seguir:



Figura 16 - Site do Ministério Internacional da Restauração. Em destaque, divulgação de eventos em todo o país. Disponível em: <<http://www.mir12.com.br/>> Acesso em: 20 de mai 2006.

⁴⁶ Congresso Mundial das Assembléias de Deus, que mobilizou evangélicos de mais de 134 países em São Paulo; Labaredas de Fogo, congresso organizado anualmente pela Igreja do Evangelho Quadrangular, em Belo Horizonte; Convenções anuais da ADHONEP em todo o Brasil; Desperta Débora, congresso de mulheres que têm o objetivo de orar por seus filhos, realizado anualmente pela Igreja Presbiteriana do Brasil; Encontros da AREPE, Associação Renascer de Empresários e Profissionais Evangélicos, organizado pela Igreja Apostólica Renascer em Cristo; Convenção Internacional de Igrejas em Células; Congresso Resgate da Nação, organizado em Porto Seguro, visando gerar a “nova identidade da nação brasileira a partir do útero do Brasil, a Jerusalém Brasileira”; dentre muitos outros eventos.

Na figura acima destacam-se três eventos, que são divulgados na página principal do *site* do Ministério Internacional da Restauração – MIR. Essa igreja tem sede em Manaus – AM, mas os eventos ali divulgados serão realizados em diferentes cidades do Brasil e até do exterior, como pode ser visto. Entretanto, essa não é uma ação apenas do MIR. Dezenas de outras igrejas fazem a mesma forma de divulgação de eventos.

Também existem eventos organizados por pastores conhecidos no meio evangélico e que são divulgados nos *sites* desses pastores ou em seus programas de televisão. No caso da figura a seguir, o *site* é de um *link* encontrado na página do Pastor Silas Malafaia. Esse *site* divulga alguns eventos organizados pelos pastores Silas Malafaia, Jorge Linhares e Jabes de Alencar.



Figura 17 - Site Talli Eventos com propaganda de diversos eventos evangélicos, especialmente os promovidos pelo pastor Silas Malafaia. Disponível em: <<http://www.tallieventos.com.br/>> Acesso em: 20 de mai 2006.

Nesse tipo de turismo evangélico, algumas cidades têm se especializado em receber esse segmento, como é o caso da cidade paulista de Águas de Lindóia, que recebe anualmente diversas conferências e congressos evangélicos. Esses congressos podem ser de denominações específicas ou interdenominacionais, tradicionais ou pentecostais, de jovens, de idosos, de

crianças, de solteiros, de mulheres, de homens, de empresários etc. A segmentação dentro do próprio mercado evangélico é grande, conforme alguns exemplos extraídos das revistas evangélicas Enfoque Gospel, Eclésia e Ultimato:

Catavento 2005
 Inspirar. Excelência. Desenvolver Espiritualidade.
De 7 a 9 de julho

Conferência Nacional de Ministério Infanto-Juvenil
 Plenárias, oficinas, shows, stands e a participação especial da Turma do Printy e da Cia do Lume Teatro, ensinando às crianças o verdadeiro sentido da vida.

Captando e realizando os sonhos de Deus para as crianças

Preletores
 Participação Especial:
 Líderes e Ministros
 Líderes e Ministros
 Líderes e Ministros

Oficinas
 1) Desenvolva a espiritualidade das crianças.
 2) Ensino para a transformação de vidas.
 3) Como fazer um ministério RADICAL com os juniores.
 4) Forme um super time de voluntários.
 5) Preencha de significado o seu tempo com o bebê.
 6) Inove seu maternal.
 7) Pastoreio do coração da turminha de 4 - 12 anos.
 8) Ensino criativo

Como se inscrever?
 Faça diretamente pelo site
www.propositos.com.br
 ou ligue para (12) 3911-2228
 Valor do evento: R\$ 70,00
 Valor PROMOCIONAL
 Até 05/07
 R\$ 65,00

Local do evento
CENTRE
 Rua Euclides Miragaia, 548
 Centro - SJCampos - SP

Realização
 Núcleo Propósitos Brasil
www.propositos.com.br
 Cia do Lume Teatro
www.ciadolume.com.br

Figura 18 - Propaganda do evento Catavento 2005, divulgada na revista Eclésia (Ano 10 - Edição 111, p. 35)

33º ENCONTRO SEPAL PARA PASTORES E LÍDERES

Lider-servo transformando a nação:
Coração quebrantado para as necessidades

8 a 12 de maio
Hotéis Monte Real e Majestic
Águas de Lindóia, SP

2007

Preletores

- Dr. David Wong (Singapura)
- Dr. Russel Shedd
- Ed Rene Kivitz
- Jeremias Pereira
- Analzira Nascimento

Encontro Infantil - Hotel Zanon
Crianças de 4 a 10 anos

Louvor

- Sidney Costa (Ilg. Batista do Morumbi)
- Asaph Borba

Inscrições
www.sepal.org.br
encontro@sepal.org.br
Tel. (11) 5523-2544

Patrocínio

Vida
www.editoravida.com.br

u
Editora Ultimato

LifeWay Brasil

ecclésia
A revista magistral de fé

MG
MUNDO CRISTÃO

Venha para Águas de Lindóia com a
vi@je.com turismo
Fone (11) 5524-6404, viaje.com@sepal.org.br

Figura 19 - Propaganda do 33º Encontro Sepal para Pastores e Líderes, divulgada na revista Ultimato (Ano XXXIX – no298, p. 32)

Igrejas Brasileiras com Propósitos **IBCP**

Conferência de Adoração + Artes

estarão conosco no **Louvele**

- Justin Adams (USA)
- Gerald Sharon (USA)
- Israel Belo (RJ)
- Massao Suguhara (SP)
- Ronaldo Bezerra (SP)
- Pekos (Paraguai)
- Carlito Paes (SJCampos)
- Vencedores por Cristo (SP)
- Vineyard (Piratiniga/SP)
- Logos (SP)
- Turma do Printy (SP)
- Cia do Lume (SP)

e mais:

- Bandas e grupos de louvor do Brasil inteiro!
- Grupos de teatro e de expressão com danças!

LOUVALE 2005
7 a 10 de setembro
Primeira Igreja Batista de São José dos Campos - SP

Ministério Propósitos
Tel.: (12) 3911-2228
Fax.: (12) 3942-9234
propositos@propositos.com.br
www.propositos.com.br

Promoção: Refeição: Apoio: vineyard music Patrocínio:

Figura 20 - Propaganda Conferência de Adoração + Artes, divulgada na revista Eclésia (Ano 10 - Edição 112, p. 65)



Figura 21 - Propaganda do evento Usina 21, divulgada na revista Eclésia (Ano 10 – Edição 112, p. 75)

Também são realizados encontros em estádios de futebol ou em locais espaçosos em diversas cidades. Destaca-se a Igreja Internacional da Graça, a qual tem a Festa do Céu, que reúne milhares de pessoas, especialmente nas capitais, e que conta com divulgação na televisão através do programa do missionário R.R. Soares. Segundo a Polícia Militar (SHOW, 2005), um dos eventos promovidos por essa denominação atraiu cerca de duzentas mil pessoas ao vale do Anhangabaú, em São Paulo – SP. Cerca de mil e quinhentos ônibus foram utilizados para o transporte dos fiéis. No Rio de Janeiro – RJ, o evento de mesmo nome chegou a alcançar o número de cem mil participantes e apresenta algumas características próprias de eventos evangélicos, conforme reportagem:

Em vez de celebridades, a área VIP tinha pastores. Os vendedores ambulantes não vendiam bebidas alcoólicas e usavam bênçãos como argumento de venda. As cerca de 100 mil pessoas que foram anteontem à praia de Botafogo (zona sul do Rio) viram um show que até no nome era diferente: "Festa do Céu", reunindo por cinco horas estrelas do mundo pop evangélico.

Pastores evangélicos e suas famílias ficaram em um cercado próximo ao palco, longe do espreme-espreme da multidão.

Proibidos de vender bebidas alcoólicas na festa, ambulantes ofereciam mercadorias gritando frases como "Seja abençoado com boné por apenas R\$ 5". Segundo a assessoria da "Festa do Céu", o dinheiro ajudaria a cobrir os custos do evento e a pagar os ônibus fretados.[...]

O show mobilizou caravanas de todo o país -de São Paulo chegaram 700 ônibus. A pista do aterro do Flamengo em direção ao centro foi interditada para abrigar 2.000 ônibus. Apesar do calor, houve poucos casos de atendimento médico. Não foram registrados acidentes, brigas ou furtos.

O público fez coro para os 22 artistas gospel que se apresentaram no palco. Durante o evento, animado por uma emissora de rádio FM evangélica, foi gravado um DVD de músicas gospel.[...]

Mas o evento não conseguiu reunir um público de 500 mil, expectativa da organização. Edições anteriores da "Festa do Céu" mobilizaram mais fiéis. Em 2005, foi registrada a marca de 250 mil pessoas no aterro do Flamengo, no Rio, e, no mesmo dia, 350 mil no vale do Anhangabaú, em São Paulo (STRZODA, 2006).

A Igreja Apostólica Renascer em Cristo organiza anualmente, desde o início da década de 1990, em São Paulo, o SOS da Vida, show de música *gospel*, normalmente rock, com músicos do Brasil e do exterior. Também é responsável pela organização da Marcha para Jesus, que no ano de 2006 chegou a ter três milhões de fiéis participando nas ruas de São Paulo. (BASSETTE, 2006).

Cerca de três milhões de pessoas participam nesta quinta-feira da Marcha para Jesus, que acontece em São Paulo, segundo estimativa da Polícia Militar. O evento é promovido pela igreja evangélica Renascer em Cristo.

O coronel da PM Ariovaldo Sérgio Salgado disse que há seis pessoas por metro quadrado na avenida Paulista, onde os fiéis estão reunidos.

O clima de Copa do Mundo motivou os evangélicos a vestirem camisetas em verde e amarelo com os dizeres "Marcha para Jesus".

Ainda podem ser encontrados os eventos para a gravação de CD do Ministério Diante do Trono, da Igreja Batista da Lagoinha, que são realizados a cada ano em uma capital estadual diferente. Um desses eventos, ocorrido em Brasília, chegou a congregar mais de dois milhões de fiéis. Normalmente contam com agências de turismo na organização das caravanas para o evento. Esses são apenas alguns dentre inúmeros outros eventos, os quais têm reunido milhões de cristãos evangélicos em todo o Brasil.



Figura 22 - Promoção da gravação do cd Brasil Diante do Trono, divulgado na revista Enfoque Gospel (Edição 4 – Ano 1 – Novembro 2001, p. 15).

Segundo o jornal Folha de S. Paulo (PAREJA, 2005), milhares de pessoas viajam para participar desse tipo de evento, como é o caso da gravação do oitavo CD do Diante do Trono, em Porto Alegre – RS:

Moradores de dez cidades brasileiras -entre elas São Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro e a capital gaúcha- não familiarizados com o mundo gospel podem ter estranhado outdoors com os dizeres "Porto Alegre Diante do Trono - Gravação do Oitavo CD", espalhados pelas ruas. Para os evangélicos e batistas, isso não é surpresa: o Ministério de Louvor Diante do Trono, da Igreja Batista da Lagoinha (em Belo Horizonte), é bem conhecido desse público.

O grupo grava todos os anos, em meados de julho, CD e DVD novos, ao vivo, em diferentes cidades do Brasil. Antes mesmo de cartazes divulgarem o show, caravanas vão se formando em quase todos os Estados do país.

Intitulado "Ainda Existe uma Cruz", o oitavo CD da banda será gravado no dia 9 deste mês, às margens do rio Guaíba, em Porto Alegre (RS). A Brigada Militar do RS prevê público de 300 mil [...].

"Existe público até mesmo entre católicos carismáticos. É a unidade da igreja, sem placa denominacional", afirma Silas Bitencourt, 27, dono de uma livraria evangélica.

Ele organizou a caravana de Santo André (SP) -três ônibus levando 120 pessoas no total, a R\$ 240 por cabeça. "Sairemos no sábado, às 21h, e chegaremos no domingo, às 14h. Assim que acabar o show, pegamos a estrada de volta", explica Bitencourt. O ritmo puxado não preocupa o comerciante, que diz valer a pena o esforço. Ele fala com a experiência de quem já esteve na gravação de quatro discos -"Preciso de Ti" (Belo Horizonte), "Brasil Diante do Trono" (RJ), "Nos Braços do Pai" (Brasília) e "Quero me Apaixonar" (SP)

René Alves, da zona leste da capital paulista, organizou caravanas para os mesmos shows, à exceção do segundo. O devoto da Brasil para Cristo vai repetir a dose com a mulher, a mãe e 43 pessoas, de ônibus. "Mas não vai só gente da zona leste, tem gente de vários bairros."

Ivanir Alves, mulher de René, diz que eles falaram com as pessoas "há uns dois ou três meses, mas todo mundo decide em cima da hora". Quem aceitou o convite desde o início foi a mãe dele, Justina Maria Alves, 73. Mesmo sendo católica e não conhecendo a banda, ela irá ao show. "Sou idosa, mas ainda tenho pique", diz.

Além da reportagem, esse turismo pode ser verificado também através da fotografia tirada de um muro em frente à entrada principal da Igreja Batista da Lagoinha, que além de oferecer o pacote para essa gravação, também utiliza de versículos bíblicos para incentivar a participação nesse tipo de viagem.



Foto 1 - Muro pintado em frente à entrada da Igreja Batista da Lagoinha em Belo Horizonte. Arquivo Pessoal. 2005.

Algumas datas são comumente usadas para os ajuntamentos dos evangélicos. O Carnaval e a Semana Santa estão entre as mais concorridas. No primeiro caso, com o objetivo de sair do movimento de Carnaval, os evangélicos se refugiam em eventos religiosos. Já no segundo, o fazem como forma de vivenciar a Semana Santa em sua experiência religiosa, conforme pode ser exemplificado com a reportagem "*Jovens trocam folia por congresso*" (JOVENS, 1999), em que "[...] cerca de 1,5 mil jovens do sul do país vão trocar a folia de

carnaval por quatro dias de oração, música e esportes ao participar do 20º Congresso de Jovens da Missão Evangélica União Cristã. Além de atrair jovens dessa região, o evento também recebe participantes de outros países como a Alemanha e o Paraguai.”

Existe ainda um novo segmento que tem movimentado as viagens dos evangélicos pelo país, os eventos com cunho mercadológico, tais como a Expocristã. Segundo a Folha de S. Paulo (MERCADO, 2004), no ano de 2004, somente no mês de setembro, duas feiras evangélicas ocorreram em São Paulo, a Expocristã e a Ficoc – Feira Internacional do Consumidor Cristão, conforme trecho a seguir:

A Expocristã vai de 21 a 26 de setembro. A Ficoc (Feira Internacional do Consumidor Cristão), de 15 a 19 de setembro. Ambas são mais voltadas para evangélicos de todas as denominações.

Segundo o idealizador da Ficoc, Eduardo Pacheco, as duas edições já realizadas serviram até para que empresas do segmento se conhecessem. Na feira, será possível encontrar livros, cadernos, CDs de música gospel, roupas, acessórios, agências de turismo especializadas, brinquedos e móveis.

Neste ano, além de negócios e do público, a Ficoc também será voltada a escolas. "Descobrimos que há mil escolas evangélicas no país", disse Pacheco.

Mais um tipo de viagem realizada pelos evangélicos são as viagens missionárias, que têm o intuito de levar a mensagem evangélica, geralmente acompanhada de ações sociais, a diversos lugares, especialmente a regiões carentes. Existem grupos que trocam suas férias de janeiro e de julho para contribuir em obras sociais e religiosas entre os índios, no sertão nordestino, no Vale do Jequitinhonha e em países carentes, como o Timor Leste e países da África. Além de participarem desse tipo de projeto, também aproveitam para conhecer os locais visitados e fazer turismo pela região. Uma das principais instituições que realiza esse tipo de viagem, no Brasil e no mundo, é a JOCUM – Jovens Com Uma Missão.

O *site* abaixo é da Maranatur e possui um *link* para viagens missionárias, conforme pode ser visto a seguir.

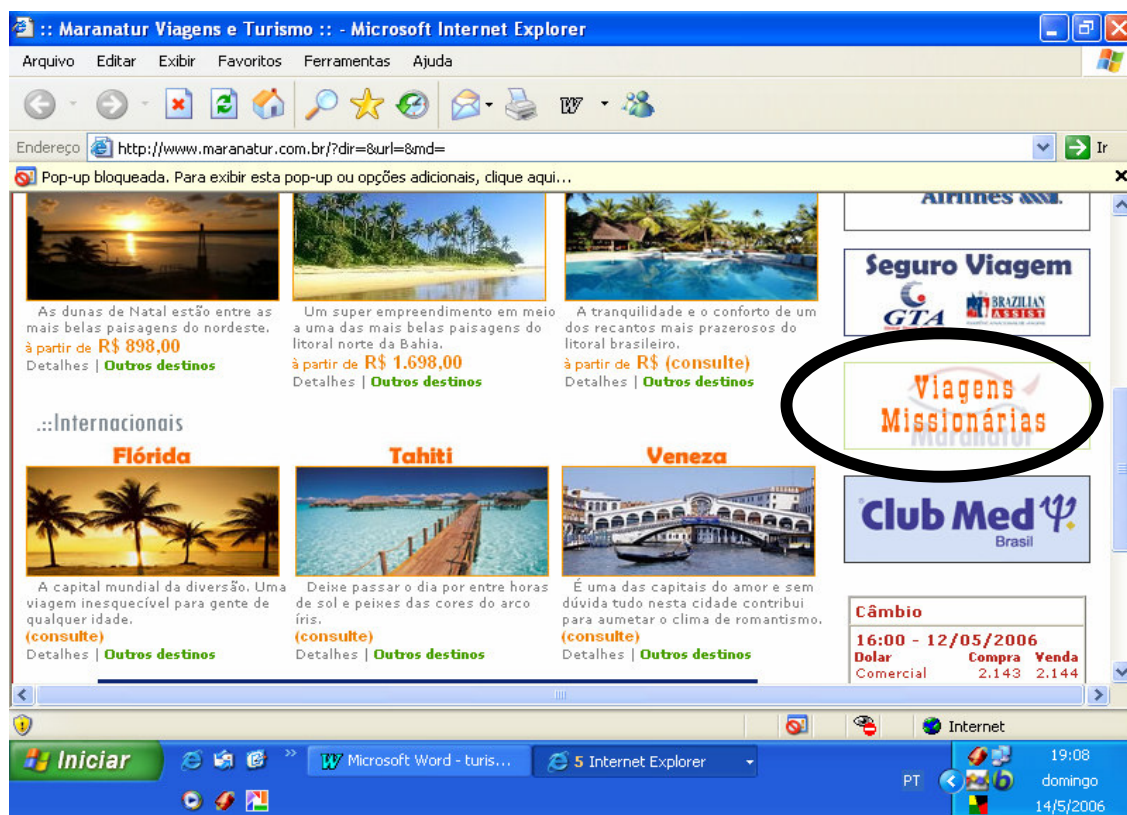


Figura 23 - Site da agência Maranatur, com destaque para o link de viagens missionárias. Disponível em: <<http://www.maranatur.com.br>> Acesso em: 20 de mai 2006.

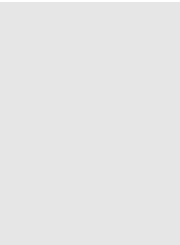
Por fim, outro tipo de turismo também é realizado entre os evangélicos: o turismo de intercâmbio. Nas viagens de intercâmbio entre igrejas em todo o país, o que ocorre é uma grande interação de pessoas que partilham a mesma crença. Normalmente são realizadas em fins de semana prolongados, em ônibus de excursão. As pessoas se hospedam nas casas dos membros da igreja anfitriã e participam de atividades religiosas e de lazer durante esses dias. É um tipo de turismo especialmente barato, pois o gasto com hospedagem e alimentação é praticamente nulo, cabendo apenas o custeio do transporte até o local. Assim, não é um tipo de turismo que beneficia em grande parte os serviços turísticos da destinação, mas que pode ser visto especialmente por seu caráter social. Desse modo, esse turismo permite uma maior aproximação com o cotidiano do anfitrião, produzindo um turismo social, em que existem trocas simbólicas entre grupos semelhantes em termos de fé, mas distintos em termos de configuração sócio-cultural. Esse tipo de turismo normalmente é realizado por adolescentes e jovens, que se organizam através de suas associações internas nas igrejas.

No intuito de facilitar a visualização do turismo evangélico, apresenta-se um quadro contendo uma tipologia desse turismo, sistematizando importantes informações já contidas no texto.

TIPOLOGIA DO TURISMO EVANGÉLICO NO BRASIL.

	Viagens à Terra Santa	Caminhos	Eventos	Cruzeiros	Viagens missionárias	Intercâmbio entre igrejas
Promotores	<ul style="list-style-type: none"> - Agências de Turismo (TKR, Travel Club, Maranatur, Viaje Bem Turismo etc.). - Pastores e Igrejas que conseguem congregiar um grande número de pessoas com poder aquisitivo para a viagem (Igreja Batista da Lagoinha, Bola de Neve, IURD etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> - Agências de Turismo. - Órgãos promotores de turismo federais, estaduais, regionais e municipais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Igrejas (SOS da Vida, da Igreja Apostólica Renascer em Cristo. Festa no Céu, da Igreja Internacional da Graça, etc.) - Associações Nacionais ou Internacionais (NAUPA – Congresso Nacional da União Presbiteriana de Adolescentes. Reuniões da ADHONEP. Encontros dos Gideões Internacionais, SEPAL etc.) - Pastores conhecidos no meio evangélico (Silas Malafaia, Jorge Linhares, Jabes de Alencar e outros). - Mercado de “produtos 	<ul style="list-style-type: none"> - Agências de Turismo (Travel Club) - Associações evangélicas. - Pastores conhecidos no meio evangélico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Igrejas. - Entidades Missionárias (JOCUM, JUVEP etc). - Agências de Turismo (Maranatur). 	<ul style="list-style-type: none"> - Igrejas.

<p>Produtos Oferecidos</p> <p>Visita a Israel e outras cidades turísticas na região, como ao Egito, à Itália, à Grécia e à França.</p> <p>- Turismo de aventura.</p> <p>- Parques Temáticos.</p> <p>- Cerimônias Judaicas.</p> <p>- Batismo no Rio Jordão.</p>	<p>- Viagem perpassando os caminhos seguidos por personagens bíblicos, tais como Paulo de Tarso e Moisés.</p> <p>- Viagens às cidades com vínculo histórico com a Reforma Protestante, bem como de seus atrativos religiosos-protestantes, tais como a Catedral de Westminster e a cidade de Genebra.</p>	<p>evangélicos”.</p> <p>- Congressos, Encontros e Seminários de Música, Dança, Avivamento, para Idosos, Jovens e Crianças, para profissionais, para entidades, para pastores e etc.</p> <p>- Grandes concentrações em espaços públicos como estádios, ginásios, ruas etc, tais como Gravações de cd do Diante do Trono, Festa do Céu da Igreja Internacional da Graça, Shows de música gospel, como o SOS da Vida, Marcha para Jesus, etc.</p> <p>- Eventos de mercado religioso tais como a ExpoCristã.</p>	<p>- Cultos com pregações de pastores conhecidos no meio evangélico e de músicos <i>gospel</i>.</p>	<p>- Facilidades para as viagens missionárias organizadas pelas agências de turismo.</p> <p>- Viagens evangelísticas no período de férias.</p> <p>- Viagens evangelísticas em eventos de grande porte, tais como Olimpíadas e Copa do Mundo.</p> <p>- Viagens evangelísticas em meio a comunidades exóticas, tais como os índios e os orientais.</p> <p>- Viagens missionárias com o intuito de oferecer colaboração em projetos sociais.</p>	<p>- Viagem a baixo custo.</p> <p>- Oportunidade de conhecimento de outros evangélicos, outras realidades e outras igrejas.</p> <p>- Hospedagem na casa dos fiéis anfitriões.</p> <p>- Oportunidade de conhecer os atrativos turísticos de outras cidades.</p>	<p>- Viagem a baixo custo.</p> <p>- Oportunidade de conhecimento de outros evangélicos, outras realidades e outras igrejas.</p> <p>- Hospedagem na casa dos fiéis anfitriões.</p> <p>- Oportunidade de conhecer os atrativos turísticos de outras cidades.</p>
<p>Público Alvo</p>	<p>Especialmente os fiéis de</p>	<p>Especialmente os fiéis</p>	<p>Público bastante variado,</p>	<p>Especialmente os fiéis</p>	<p>Especialmente os mis-</p>	<p>Público bastante variado.</p>



classe média alta e alta.

de classe média alta e
alta.

dependendo do tipo e
abrangência do evento.

de classe média e mé-
dia alta.

sionários.

- Jovens e adolescentes.

- Profissionais da área de
saúde e construção civil.

Diante do apresentado, é possível obter um breve vislumbre exploratório do que tem sido chamado de turismo evangélico no Brasil, o qual se caracteriza por suas variadas formas de ser concretizado e por sua importância em termos de reafirmação de sua identidade no espaço público.

Perante diversas manifestações dos evangélicos por todo o país, verificam-se as importantes e evidentes transformações recentes no campo religioso brasileiro. De fato, o enfraquecimento da hegemonia católica tem repercutido de diferentes maneiras no campo religioso do Brasil. O crescimento vertiginoso dos evangélicos tem sido um fator bastante relevante para se entender, inclusive, as modificações da sociedade de uma forma geral.

Assim, o que pode ser percebido é que na mídia os evangélicos têm ocupado cada vez mais espaço – em emissoras de rádio, de televisão e nas publicações. Ainda é possível perceber a intensa relação entre a mídia e a política e como os evangélicos têm se aproveitado disso para adentrar os ramos da política em todo o Brasil, desde os vereadores aos presidentes da república. Também no campo da assistência social, podem ser vistas algumas atividades e uma maior inserção desse grupo na esfera pública, em muitos casos envolvendo a mídia e a política como a outra faceta. Verifica-se, ainda, de que forma os evangélicos têm se apropriado dos espaços públicos nas trocas comerciais, através de seu envolvimento com o mercado evangélico. E por fim, é possível afirmar que a fé e o turismo estão intrinsecamente interligados por uma via de afirmação e de consumo de bens religiosos, que está cada vez mais manifesto no espaço público.

Enfim, a cada dia, o Brasil está se tornando um país “mais evangélico”, ou seja, mais ligado, nas suas diversas esferas, às atividades que se unem a esse tipo de comunidade religiosa. A verdade é que existem vários “evangeliquismos”, que atuam de maneiras diferenciadas na população, mas que têm sido caracterizados como um grupo homogêneo em função da exposição no espaço público de alguns poucos grupos evangélicos. Entretanto, de um modo geral, o que podemos ver é que as igrejas evangélicas têm buscado, em sua maioria, se adequar às propostas e desafios da nova configuração social e religiosa inseridos no fenômeno da (pós)modernidade.

Com o intuito de melhor compreender esse fenômeno, o próximo capítulo apresentará um estudo do caso do turismo evangélico em Belo Horizonte – MG, como uma amostra de um tipo de turismo que tem se consolidado em todo o país, buscando conhecer suas formas, características e seus turistas.

CAPÍTULO 3 - Eventos evangélicos: o “turismo evangélico” em Belo Horizonte – MG

Como observado em toda nossa discussão até aqui, a (pós)modernidade tem influenciado no sentido de imbricar o campo da religião aos mais diversos campos sociais, como mídia, política e mercado. No turismo, como apresentado no capítulo 2, essa imbricação também tem ocorrido e por isso, tem se tornado fonte para questionamentos e reflexões a respeito dessa diferente modalidade de turismo, ou, dessa nova modalidade de experiência religiosa. Nesse sentido, o que busco nesse capítulo é verificar empiricamente como se realiza parte das viagens religiosas dos evangélicos no Brasil, fazendo um recorte na cidade de Belo Horizonte - MG.

Para uma maior fluência nas informações, apresento uma breve contextualização do campo religioso em Belo Horizonte no sentido de situar, religiosamente, o objeto dessa pesquisa. Após, busco apresentar os eventos evangélicos na região metropolitana de Belo Horizonte, enfocando a pesquisa de campo em cinco desses eventos, apenas como uma amostra, com o objetivo de verificar os processos pelos quais se dão essa experiência.

3.1 - Campo religioso de Belo Horizonte

O surgimento de Belo Horizonte³² está vinculado ao desenvolvimento de um povoado chamado de Curral Del Rei. Sabe-se, porém, que a cidade teve seu marco de nascimento na transferência da capital mineira de Ouro Preto para outra cidade que pudesse refletir o contexto republicano que passava a se instalar no Brasil. A antiga idéia colonial de Minas Gerais deveria ficar no passado com a Proclamação da República e isso reivindicava uma atitude de transformações que viessem a manifestar os valores modernos dessa nova era. Com a intenção de apresentar-se politicamente unida e forte, a construção de uma nova capital, localizada no centro geográfico do estado, poderia trazer novas possibilidades para Minas Gerais.

³² História baseada no *site* da Prefeitura de Belo Horizonte. Disponível em: <<http://portal1.pbh.gov.br/pbh/index.html?idNv2=132&idConteudoNv2=191&emConstrucaoNv2=N&verServicoNv2=N&idNivel1Nv2=1&nivel3=>>> Acesso em: 30 de jun. 2006.

Por acreditarem que Ouro Preto não possuía condições adequadas para o crescimento econômico que se previa para o estado, a construção da nova capital se tornava latente. Assim, em 1891, Augusto de Lima, presidente do Estado, decretou a transferência da capital para um lugar que pudesse oferecer melhores condições de higiene. Entretanto, houve forte manifestação de resistência da população mineira sobre o assunto, que levou a determinação da construção da nova sede do governo de Minas em Belo Horizonte a não mais que 17 de dezembro de 1893.

É interessante verificar que a idéia de se formar na capital uma nova mentalidade refletiu em diversas áreas, como na arquitetura, na sociedade e na religião. Diferentemente do restante das Minas Gerais, a religiosidade em Belo Horizonte se configura de forma mais moderna.

Entre as capitais brasileiras, em 2000, segundo a tabela abaixo, Belo Horizonte ficou em 11º lugar - com 18,10% de sua população - no número de evangélicos.

% Evangélicos por Capitais - Brasil 2000

1	TO	Palmas	24,51
2	AC	Rio Branco	23,27
3	RR	Boa Vista	23,15
4	GO	Goiânia	23,01
5	ES	Vitória	22,18
6	AM	Manaus	22,18
7	RO	Porto Velho	21,98
8	MS	Campo Grande	20,67
9	DF	Brasília	19,50
10	PR	Curitiba	18,90
11	MG	Belo Horizonte	18,10
12	PA	Belém	18,05
13	RJ	Rio de Janeiro	17,65
14	PE	Recife	17,33
15	AP	Macapá	17,22
16	MT	Cuiabá	16,98
17	MA	São Luís	16,35
18	SP	São Paulo	15,94
19	PB	João Pessoa	15,92
20	AL	Maceió	15,25
21	RN	Natal	13,69
22	BA	Salvador	13,29
23	CE	Fortaleza	12,58
24	SE	Aracaju	9,81
25	SC	Florianópolis	9,69
26	RS	Porto Alegre	9,33
27	PI	Teresina	8,35

Fonte: CPS/FGV através do processamento dos microdados do Censo Demográfico 2000/IBGE

O arranjo interno do campo religioso de Belo Horizonte pode ser comparável à configuração em todo o Brasil, mas com algumas alterações que são relevantes para este estudo. Segundo Cardoso (2004, p.70), a configuração do campo religioso na capital mineira conta com 63,8% de católicos, entre praticantes e não praticantes, diferentemente dos dados do restante do país que apresenta cerca de 75% de católicos no Brasil; 22,9% de evangélicos, divergindo com os dados do Censo 2000 para o país; 5,2% dos entrevistados afirmaram não ter religião, seguidos dos que declararam pertencimento ao espiritismo, com 4,6%.

Religião a que pertence

	Frequência	Percentual	Percentual Válido
Espírita	47	4.6	4.6
Evangélico(a)	235	22.9	22.9
Católico(a) praticante	446	43.4	43.4
Católico(a) não praticante	210	20.4	20.4
Da religião dos Orixás	9	.9	.9
Não tem religião	54	5.2	5.2
Outra	26	2.6	2.6
NR	1	.1	.1
Total	1029	100.0	100,0

Fonte: CARDOSO, 2004, p. 70

Outros pesquisadores (PEREZ; OLIVEIRA; ASSIS, 2004) (TAVARES; PEREZ; CAMURÇA, 2006) também têm se debruçado em conhecer o fenômeno da religião na capital mineira. Nesse caso, a pesquisa tem se atido a conhecer a religiosidade referente à juventude belo-horizontina. Os dados destacados por Tavares, Perez, Camurça (2006, p. 4) a respeito do assunto são bem próximos aos apresentados por Cardoso, conforme segue:

Vale a pena observar algumas variações desses números quando se trata de Belo Horizonte. Além da prevalência do catolicismo, em Belo Horizonte, embora em percentual menor (67,4%), observa-se o aumento dos protestantes (12,0%) e dos pentecostais (9,0%). Embora a taxa média de estudantes católicos caia ainda assim ela é superior a soma das médias dos jovens das outras religiões (32,5%).

Se compararmos, proporcionalmente, as religiões entre si, no que tange a suas presenças nas regiões, identificamos que os pentecostais encontram-se majoritariamente na capital (55%). Comparativamente, também, as demais religiões alcançam em relação aos católicos seu maior percentual na capital, por exemplo, a concentração de pentecostais é 90% superior que a de católicos em Belo Horizonte.

Conhecer esses dados sobre a cidade de Belo Horizonte permite situar o espaço em que se encontra o objeto dessa pesquisa, ou seja, os eventos evangélicos realizados nessa capital, numa realidade em que, com média acima do restante do Brasil, a presença dos evangélicos é bastante expressiva, podendo estar por volta de 544 mil

³² evangélicos.

3.2 - Eventos evangélicos em Belo Horizonte

A variedade de eventos evangélicos em Belo Horizonte nos permite um vislumbrar de diferentes práticas religiosas. Do mesmo modo que o termo evangélico denota uma grande variedade de tipos, os eventos evangélicos também levam a perceber uma enorme multiplicidade de práticas sociais e religiosas presentes nesses rituais. Assim, seria pretensioso elaborar uma etnografia dos eventos evangélicos em Belo Horizonte, já que há uma quase incalculável quantidade e variedade de eventos evangélicos que ocorrem nessa cidade. Desse modo, faço um recorte nos eventos (rituais) relacionados com o fenômeno turístico, nos quais busco esboçar o complexo universo em que essa prática se dá. Faço isso através da etnografia de cinco eventos expressivos realizados na cidade.

Esses cinco eventos foram escolhidos por sua expressividade em termos do número de turistas que participam deles, por sua maior duração em termos de dias - o que permite a utilização do aparato turístico - e, ainda, pela tradição desses eventos. Por aproximações em algumas de suas práticas, irei separá-los em três grupos diferentes: o primeiro com eventos do tipo “*communitas*”, o Magnificat e a Clínica Pastoral; o segundo com eventos do tipo “*societas*”, que são o Congresso Internacional de Louvor e Adoração do Diante do Trono e a Conferência Fogo e Glória; e, por fim, um evento que não se encaixa nem em uma categoria nem em outra, por ter características próprias, o Confrajovem.

No caso dos dois primeiros eventos, agrupei-os no tipo ideal de “*communitas*” me reapropriando do debate feito por Steil, apresentado no capítulo 1 deste estudo, e comparando com a forma como esses eventos se organizam, bem como suas dinâmicas - que serão melhor explicitados a seguir. Assim, percebo que os dois eventos desse grupo levam a expressar no campo da prática o ideal de “*communitas*” proposto por Turner (STEIL, 2003b). Nesse sentido, o que observo é que, os participantes do Magnificat e da Clínica Pastoral, ao entrarem no estado de *liminaridade*, ou seja, ao passar a participar do evento, se desengajam da estrutura da sociedade em que vivem seu cotidiano e estabelecem uma diferente forma de relacionamento social, em que o status, a hierarquia e as normas de interação são idealmente

³² Valor aproximado baseado no número estimado pelo IBGE, em 2005, de 2.375.329 residentes.

deixadas de lado para que surja uma associação espontânea e, assim, permita experiências em comum, num ambiente de indiferenciação e igualitarismo (STEIL, 2003b).

Já no segundo conjunto de eventos por mim agrupados, o Congresso Internacional de Louvor e Adoração do Diante do Trono e a Conferência Fogo e Glória, o que percebo é uma estrutura mais profissional dos eventos reproduzindo, em suas concepções e dinâmicas, as estruturas cotidianas da sociedade. Nesses casos, observei que, em sua maioria, a convivência entre os participantes do evento se dá de forma mais distante e superficial uma vez que as relações são “frias e calculadas”, conforme afirma Steil (2003b, p.251). A apropriação que Steil (2003b) faz de Nobert Elias para compreender o turismo, são apropriadas por mim ao perceber que no caso dos dois eventos, estes podem se aproximar do modelo da “sociedade de corte”, conforme será melhor explicitado no restante do capítulo.

No caso do Confrajovem, preferi deixá-lo de fora dessas duas categorias, uma vez que ele não é um evento turístico. No entanto, esse evento recebe turistas em suas reuniões e serve para explicitar mais uma faceta do “turismo evangélico” que ocorre em Belo Horizonte - MG. Nesse caso, me atenho mais a apresentar esse evento, sem adentrar mais a fundo as dinâmicas que ali ocorrem.

Cabe salientar o fato de que o trabalho de campo nesses eventos ocorreu no ano de 2005, sendo que em quatro eventos tive que dividir o tempo de pesquisa entre dois deles pelo fato da coincidência das datas, sejam eles Magnificat e Congresso Internacional de Louvor e Adoração, e, Fogo e Glória e Confrajovem. No entanto, não percebi que isso tenha alterado o resultado das análises referentes aos eventos. Ainda ressalto o fato de já ter participado do Congresso Internacional de Louvor e Adoração no ano de 2002, bem como do Magnificat e do Fogo e Glória em 2003 na posição de fiel, mas já observando algumas facetas desses eventos. Somente os outros dois eventos, Clínica Pastoral e Confrajovem, eram inéditos para mim.

Entendendo que seria melhor compreender o universo de cada evento para somente após isso apresentar as visões dos turistas a respeito desse turismo, opto, nesse subitem, por realizar a descrição etnográfica dos eventos, em que já incluo uma breve análise das práticas que mais se destacam em cada um deles. Logo a seguir apresento as falas dos turistas entrevistados. Por fim, realizo uma análise mais geral dos eventos no intuito de buscar traçar algumas características desse turismo entre os evangélicos. Para realizar essas etapas, realizei uma pesquisa de campo nos eventos, lançando mão da observação participante para a verificação e anotação das dinâmicas e características neles sobressaltadas. Também realizei as entrevistas com um roteiro pré-elaborado, mas busquei fazê-la de uma forma mais

informal, tentando extrair um pouco da história de vida de cada participante. Em alguns casos utilizei o caderno para anotação e em outros, o gravador.

Ainda, para melhor compor meu argumento, utilizo de fotografias dos eventos, no sentido de apresentá-los, mesmo que parcialmente, e pelo fato de permitirem engendrar os aspectos que procuro realçar (*close-up*) em minhas propostas.

3.2.1 - Os Eventos

3.2.1.1 - Magnificat

Congresso de Adoração da Igreja Batista do Getsêmani - Belo Horizonte – de 24 a 26 de março de 2005.

O Magnificat é um evento de louvor e adoração promovido no período da Semana Santa pela Igreja Batista Getsêmani³³ – IBG –, em Belo Horizonte, desde o ano de 2002. Segundo o pastor presidente dessa igreja, Pastor Jorge Linhares, o evento de 2002 contou com a participação de cerca de três mil fiéis. Já em 2003, o evento congregou por volta de quatro mil pessoas e em 2004, cerca de cinco mil.

Esse evento conta com a participação de importantes figuras do meio evangélico, que se encontram presentes na mídia ou no cotidiano dos fiéis, como os ministros de louvor David Quilan, Adhemar de Campos, Ludmilla Ferber, Antônio Cirilo, e pregadores de renome como o pastor Silas Malafaia, dentre outros.

Durante os primeiros anos do evento, até o ano de 2004, este era realizado na própria sede da igreja que tem capacidade para cerca de cinco mil pessoas. As pessoas podiam se acomodar em meios de hospedagem de Belo Horizonte ou em alojamentos improvisados pela igreja organizadora e fazer suas refeições no ginásio da igreja (a qual também comporta um colégio). Estas eram vendidas por uma empresa de alimentação terceirizada.

Em 2005, segundo o pastor Jorge Linhares expôs no primeiro dia do Magnificat 2005, foi resolvido que o evento seria realizado no sítio Getsêmani, uma vez que perceberam que não estava havendo uma boa estrutura para a recepção e acolhimento dos participantes em termos de hospedagem e alimentação. Ele argumentou ainda que por ser feriado, o comércio

³³ A Igreja Batista Getsêmani tem cerca de 12 mil membros segundo seu pastor presidente, Jorge Linhares. Doravante no texto, passo a tratar esta igreja pelas suas iniciais, IBG.

no bairro em que se localiza a igreja fechava, o que dificultava ainda mais o atendimento da demanda de cerca de cinco mil pessoas, entre participantes e organizadores.

Entretanto, tal mudança trouxe diversas diferenças em relação aos eventos dos anos anteriores. Entre os anos de 2002 e 2004 o custo desse evento era muito baixo para o congressista. Em 2003 o congresso custou, incluindo a hospedagem na escola pública, 20 reais. Já no ano de 2005, o congresso incluía hospedagem e alimentação e custou 75 reais. Também o número de pessoas foi reduzido, talvez em função do custo que quase quadruplicou, talvez em função da falta de capacidade de acolhimento de mais pessoas no local escolhido para o novo evento. Nesse ano o evento contabilizou cerca de apenas 800 inscrições.

Nesse congresso de 2005, a igreja disponibilizou transporte para os participantes desde a IBG até o Sítio Getsêmani, que é no município de Pedro Leopoldo, região metropolitana de Belo Horizonte. Os participantes, ao fazerem o credenciamento, não recebiam nenhum tipo de material sobre o evento, apenas um crachá e uma revista sobre os 26 anos da IBG.

O sítio em questão é um grande espaço de lazer, com três quadras, três campos de futebol, um refeitório, uma piscina grande e várias pequenas, sauna, cantina, chalés para hospedagem e um prédio (galpão) que continha o alojamento e a sala de reuniões, conforme poderá ser verificado na foto a seguir.



Foto 2 – Vista aérea parcial do sítio Getsêmani. Arquivo Pessoal. 2005

Na foto 2 pode ser contemplada parte de um dos campos de futebol à direita; ao final da imagem podem ser vistos os chalés, juntamente com as quadras diversas; e no canto esquerdo superior, parte da área da piscina. O sítio estava muito bem cuidado, com grama aparada e tudo muito bem conservado.

No galpão de alojamento (foto 3), o primeiro andar era ocupado por dormitórios masculinos com dois banheiros coletivos para os homens. Já no segundo pavimento se encontrava o alojamento feminino, também com dois banheiros coletivos, e, no terceiro pavimento se encontrava o salão de reuniões, com capacidade para até 1000 pessoas. Os quartos eram ocupados por camas, beliches e colchonetes, estando todos eles com a capacidade máxima preenchida.



Foto 3 – Galpão de hospedagem e reuniões. Arquivo Pessoal. 2005

O salão era um galpão que possuía apenas cobertura com telha, conforme foto 3. Era organizado em cadeiras e bancos enfileirados em direção ao palco onde são feitas as ministrações. O palco era preenchido pelos instrumentos e ao fundo existia um grande painel referente ao evento e seu tema: “BH Getsêmani, Magnificat, Jesus ama você, Uma geração unida pelo magnífico Jesus.” O palco foi usado não apenas pelos preletores, ou seja, por pessoas escolhidas para dirigir o encontro.



Foto 4 – Salão de Reuniões vista de trás. Arquivo Pessoal. 2005

O salão também dividiu espaço com a venda de artigos religiosos, além de uma ilha de filmagem. É interessante notar que essa conjugação de espaços entre religiosidade/ comércio / mídia se dá de forma bastante natural, conforme fotos (5 e 6) a seguir. No caso do comércio religioso, podiam ser encontrados livros, Bíblias, cds e camisetas com dizeres bíblicos. Já no caso da filmagem, também há a ligação com o comércio, que se dava através da venda das fitas gravadas durante o evento para os congressistas.



Foto 5 – Ilha de filmagem. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 6 – Comércio de artigos religiosos na arte de trás do salão de reuniões. Arquivo Pessoal. 2005.

A organização do evento era realizada, em sua grande maioria, por voluntários da igreja (jovens). Outras pessoas que também trabalhavam para a organização do evento são aquelas que foram recuperadas das drogas pela casa de recuperação da IBG e que foram contratadas pela igreja para colaborar com o congresso. Todos ficavam uniformizados, conforme pode ser visto nas fotos 7 e 8.



Foto 7 - Equipe de Filmagem uniformizada. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 8 – Equipe de voluntaries uniformizada. Arquivo Pessoal. 2005.

É interessante notar como os bordões evangélicos estão em toda parte, inclusive no uniforme utilizado pelas pessoas responsáveis pela filmagem do evento. Ainda podia ser encontrado um elevado número de pessoas trajando camisas com dizeres bíblicos ou referência a eles. Isso se verifica através da foto 9 na qual podem ser encontradas algumas camisas com esses dizeres.



Foto 9 - Jovens vestidos com camisas com mensagens religiosas. Arquivo Pessoal. 2005

Além de pessoas individualmente trajando essas camisas, grupos vestiam camisas com referência à sua identidade, com o nome da igreja de origem ou participante no evento, como na foto 10, em que apareciam diversos jovens da Igreja Batista Shekiná com a mesma camiseta.



Foto 10 - Grupo de jovens da Igreja Batista Shekiná "uniformizados".
Arquivo Pessoal. 2005.

As pessoas não chegaram, em sua maioria, em grandes grupos. Com exceção dos grupos de Brasília – DF e de Itaperuna – RJ, os demais participantes vieram separadamente: alguns de ônibus regular, outros em carros próprios e outros de carona. No local do evento, pude observar quatro ônibus parados e vários carros com placas dos mais diversos lugares.

Havia um predomínio de jovens, sendo que cerca de 90 a 95% parecem estar entre 15 e 30 anos, aparentando pertencer à classe média baixa e média. Podiam, ainda, ser percebidas pessoas de classe social baixa e alta. Interessante também é o fato de algumas pessoas da mesma cidade se encontrarem no evento sem ao menos saber que os outros viriam. Além disso, diversos pastores participaram como ouvintes desse evento.

Normalmente os quartos (foto 11) são preenchidos por pequenos grupos de pessoas que não se conhecem. As pessoas acabam criando algum tipo de relacionamento com aqueles com os quais dividem o quarto. Quando cheguei ao local do evento, procurei, eu e minha amiga, encontrar um quarto, mais ao final do corredor, com apenas duas camas para não termos que dividir o quarto com outras mulheres. Entretanto, quando voltamos da reunião à noite, o quarto estava completamente tomado por colchões de outras congressistas vindas de Brasília e da própria cidade de Belo Horizonte. Quanto às refeições, elas são servidas de forma coletiva (foto 12) . Todos comem juntos em diversas mesinhas próximas ao refeitório após a oração de um dos líderes do evento.



Foto 11 - Visão de um dos quartos do alojamento. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 12 – Fila para Jantar. Arquivo Pessoal. 2005.

As reuniões, em sua maioria, se organizam da seguinte forma: música, avisos, música, preleção, música e propaganda de produtos que estão sendo vendidos naquele espaço. As músicas eram acompanhadas de dança, palmas e gritos. Pude perceber manifestações de

glossolalia³⁴. Normalmente essa manifestação ocorria espontaneamente entre os participantes, especialmente no momento em que as músicas eram cantadas. Vejo assim que, nesse caso, a glossolalia era algo bastante natural entre os fiéis não gerando nenhuma disputa ou constrangimento durante o evento. Creio que isso também ocorra pelo fato de boa parte dos congressistas do Magnificat ser membro de igrejas de origem renovada ou pentecostal, se caracterizando, nesse caso, mais como uma continuidade das manifestações religiosas do que como um rompimento com elas. No ano de 2003, em que participei desse evento, a glossolalia teve um papel muito mais central do que nesse ano, com ministros, pastores/cantores, incentivando aqueles que nunca haviam falado “em outras línguas” para que falassem. Diziam que aquele era um momento especial para o uso desse dom. Lembro-me inclusive de um pastor que dizia que “orar em línguas” é como se fosse uma “comunicação em banda larga com Deus”. É interessante destacar que não houve recolhimento de ofertas em nenhum dia do evento, diferentemente do ano de 2003 em que essa prática ocorria em todas as reuniões e que era bastante incentivada entre os participantes.

Percebi uma grande diferença na estrutura referente ao evento anterior, do qual participei. O evento de 2005 deixou de ter a configuração de um congresso, passando a de um retiro espiritual (acampamento³⁵), perdendo, assim, um pouco as características originais do Magnificat. A mudança ocorreu por deliberação do pastor Jorge Linhares juntamente aos organizadores que pensaram ser esse local mais apropriado para receber os visitantes de outras cidades. Também foi possível perceber que houve muito menos manifestações pentecostais no evento desse ano, do que no ano de 2003, em que também estive presente. Através de conversas informais constatei que houve certo desconforto e insatisfação por causa das mudanças em relação aos demais eventos. Aqueles que já haviam participado nos anos anteriores estavam sentindo que o evento havia perdido sua identidade. No entanto, entre os fiéis que participaram do evento pela primeira vez, muita satisfação foi exposta. Nesse caso, o que verifico é que esse evento não prima por uma tradição ritualística, mas que ele se

³⁴ A glossolalia, manifestação bastante característica entre os evangélicos pentecostais, é a capacidade de falar línguas desconhecidas ou pronunciar palavras incompreensíveis durante os rituais religiosos. É também chamado de “dons de línguas” e/ou “batismo com o Espírito Santo” pelas diversas correntes evangélicas. Essa manifestação se remete ao texto de Lucas em Atos 2.1-13, quando ocorre o Pentecostes entre os discípulos de Jesus em Jerusalém.

³⁵ Normalmente, os acampamentos são programações próprias de cada igreja e contam com uma programação padrão composta por reunião pela manhã e pela noite, e, tarde livre, objetivando muito mais a comunhão entre os participantes. Existem exceções a esse caso em algumas igrejas, que realizam o acampamento como um retiro espiritual no intuito de, afastados do cotidiano, buscarem uma maior intimidade com o sagrado. Já nos congressos há atividades religiosas durante todo o dia, de manhã, de tarde e de noite e o que se busca não é a comunhão com os participantes do evento, mas com o sagrado. Presumo que tal tipologia pode ser entendida como “nativa”.

configura em função das diversas variáveis que o rodeia. Não consegui perceber que apenas o fato da mudança do espaço tenha influenciado diretamente na alteração das manifestações e das práticas presentes no evento. Posso afirmar, entretanto, ter sido uma das variáveis.

Na primeira reunião, na quinta feira à noite, houve certa represália do pastor Jorge Linhares a alguns jovens que haviam levado baralho para o evento. Para ele, o baralho é um objeto que remete à figura maligna, o diabo, e é usado para escarnecer o Deus Cristão. Falou, ainda, que pessoas com tais atitudes deveriam ler mais livros de “Batalha Espiritual”³⁶. Nesse caso, pudemos ver como é tratado um dos elementos que causa mais dissensão no meio evangélico. De uma forma geral, principalmente entre as igrejas do ramo renovado e pentecostais, essa prática é totalmente condenada por seus fiéis e também por seus líderes; já entre os evangélicos do ramo tradicional e alguns dos neopentecostais, essa prática é vista apenas como mais uma forma de diversão. Entretanto, nesse segundo caso, o uso do baralho enquanto jogo de azar é condenado. Mariz (1997a, p. 25) chama a atenção para a importância do demônio no discurso pentecostal e neopentecostal, em que faz-se da evangelização uma luta contra “o demônio que estaria presente em qualquer mal que se faz, ou em qualquer mal que se sofre, e ainda na prática de religiões não cristãs.”

A glossolalia, o “cair no Espírito”, e outras manifestações do pentecostalismo são vistos no meio evangélico como algo natural, não sendo possível perceber, à primeira vista, qualquer represália ou dissensão em relação a essas manifestações. Mas também não houve, no congresso, um incentivo à sua prática. Assim como discutido anteriormente sobre o fenômeno da glossolalia, as demais manifestações podem caracterizar-se como uma continuidade ao que é realizado nas igrejas. A única coisa que percebo nesse sentido é que os participantes se sentem mais à vontade nos eventos para agir dessa forma, talvez dando mais vazão aos sentimentos, “soltos” devido à diminuição das normas sociais impostas nesses espaços. Essa seria uma forma em que a *communitas* aparece no evento, suscitando o estado de efervescência a que se refere Durkheim (1989).

³⁶ Sobre a temática da “Batalha Espiritual”, Mariz afirma ter sido Peter Wagner o maior difusor deste tipo de teologia, sendo o coordenador da Rede de Guerra Espiritual Internacional. (1997a, p. 25). Alguns cientistas sociais da religião já se debruçaram sobre esse tema, e Mariz (1997a, p. 26) os elenca em duas correntes: a primeira interpreta que “esta ênfase no diabo é um sinal de reencantamento, de remagicização e por isso responsável por uma passividade e/ou alienação política. Esses autores interpretam a luta contra o demônio expressa simultaneamente a crise da modernidade e a ampla exclusão das camadas mais pobres dessa modernidade.” Alguns autores que seguem nessa linha são Bittencourt Filho e Ivo Pedro Oro. Já a segunda corrente segue na análise da relação entre esse estilo religioso que enfatiza a guerra espiritual e a cultura religiosa predominante em nosso país. [...] e que sugere ser esta ‘guerra ao demônio’ um novo processo de sincretismo.” (1997a, p. 27). Entre os autores dessa outra corrente encontramos Birman (1994) e Prandi (1996). Alguns autores tratam de uma maneira mais geral sobre o tema, tais como Freston (1994), Mariano (1995), Oro (1992), Santos (1993) e Soares (1990).

Nos demais dias, diversos ministros de música e pastores fizeram preleções. Cabe destacar a presença de Adhemar de Campos, um dos músicos mais conhecidos e mais antigos no meio evangélico, com cerca de 30 anos de ministério; de Fernandinho, outro ministro, mas que recentemente “estourou” nas “paradas de sucesso” no meio evangélico e inclusive recebeu o prêmio de cantor revelação no Troféu Talento³⁷ 2004, retomando aquilo que já havia constatado de que os “grandes nomes” são importantes chamarizes para os eventos. Por último, também é importante ressaltar a presença do pastor presidente da IBG, que pregou em um dia. Os demais ministros de música e pastores anunciados pelo evento não compareceram, gerando certa frustração, como David Quillan e Antônio Cirilo. Os organizadores não explicaram o motivo do não comparecimento dos ministros, com exceção de David Quillan, que trato mais à frente no texto.

No segundo dia do evento, a reunião da tarde foi bastante animada com ministração que dizia respeito à vida prática das pessoas, ligada ao relacionamento familiar e ao namoro. É interessante destacar que, às vezes, no meio da preleção, ocorria um *merchandising* direto, mas espontâneo, por parte do pregador, de produtos evangélicos. A forma de se transmitir a mensagem era bem contemporânea, inclusive utilizando frases de anúncios de televisão. Adhemar, em um dos dias, pediu para que as pessoas escrevessem o que mais as havia “tocado” nas mensagens e entregassem a ele. Contou ainda que ao vir para Belo Horizonte, seu grupo encontrou algumas pessoas que estavam vindo de avião de São Paulo para o Congresso Internacional de Louvor e Adoração da Igreja Batista da Lagoinha. Todos os dias havia jovens meninas intercedendo na entrada do salão com as mãos estendidas sobre os participantes que chegavam para a reunião.

É interessante destacar que a forma como as pessoas se comportavam nesse evento se assemelhava à postura assumida em acampamentos e não em congressos. As moças pareciam estar muito preocupadas com a aparência. Pareciam estar ali em busca, não apenas do religioso, mas também de um namorado. Os rapazes que haviam ido de carro, após as reuniões noturnas, seguiam para próximo à cantina onde seus carros estavam estacionados, abriam as portas e porta-malas e ligavam o som do carro com músicas populares de adoração no meio evangélico (como as músicas de David Quillan) e ficavam conversando. No momento que vi essa imagem, me remeteu à porta de boates e outros espaços seculares onde os jovens fazem o mesmo, mas com músicas que não dizem respeito à igreja e com muitas bebidas. Ainda não percebo ser esse um padrão de comportamento entre os jovens

³⁷ O Troféu Talento é um evento promovido anualmente pela Rede Aleluia e premia os melhores ministros de música entre os evangélicos.

evangélicos, mas uma das formas de exteriorizar algo que já se encontra embutido como uma “cultura evangélica”, conforme Giumbelli (2003). No caso dos acampamentos existe uma ascese religiosa maior, uma vez que eles ficam concentrados em um espaço afastado de tudo, realizando todas as atividades nesse lugar. Talvez por isso, o mimetismo com a sociedade maior seja mais intenso. Já nos congressos, a relação com o secular é mais presente, uma vez que, nesse espaço são realizados, normalmente, apenas as atividades religiosas. Já as atividades como alimentação e hospedagem, acabam sendo realizadas em espaços “seculares”, como shoppings e hotéis, ou seja, fora do espaço do congresso. O que vejo ressaltado é que, no caso contado acima, existem continuidades comportamentais com outros eventos “seculares” jovens como festivais, *campings* etc., entretanto, com o emblema “de Jesus”. Contudo, essa não foi uma prática observada nos demais eventos pesquisados, que serão apresentados a seguir.

Em conversa na mesa de jantar, dois senhores diziam que costumavam comprar artigos evangélicos, especialmente os vídeos de pastores como Silas Malafaia e Jorge Linhares. Estavam combinando de ir ao evento que é promovido anualmente por Silas Malafaia e seus amigos (Jorge Linhares e Jabes de Alencar), chamado “Fogo para o Brasil”, em Águas de Lindóia – SP. De certa forma, com essa conversa, percebi que eventos como este promovem outros, ainda que seja por conversas entre fiéis.



Foto 13 - Jogo de futebol entre os participantes do evento. Arquivo Pessoal. 2005.

No período da tarde, normalmente se tinha um bom tempo livre em que eram desenvolvidas atividades esportivas, como futebol, tênis, vôlei e *rappel*, conforme fotos 13 e 14. Além disso, algumas pessoas também iam à piscina. Na piscina havia um aviso de que somente seria permitido o uso desse espaço caso os homens usassem bermudas e as mulheres, maiôs não cavados, repaginando os usos e os costumes tradicionais do pentecostalismo (MARIANO, 1999). Nesse tempo, as pessoas ficavam conversando em pequenos grupos na área de lazer, outros cantavam e outros dormiam.



Foto 14 - Rappel sendo realizado na parede externa do pavilhão de alojamentos. Arquivo Pessoal. 2005.

Normalmente nas reuniões muitas músicas referentes ao “fogo” eram entoadas, afinal o fogo é uma referência às manifestações do Espírito Santo, fato este que remete, mais uma vez, a práticas do pentecostalismo. Durante conversas informais e até mesmo escutando conversas de outras pessoas pude perceber o preconceito dos evangélicos pentecostais com os evangélicos tradicionais, sempre dizendo que iriam levar esse “fogo” para “queimar” os tradicionais.

Em uma das reuniões noturnas foram apagadas todas as luzes, deixando apenas as luzes do palco acesas, dando a impressão de um show. Sobre o palco estava Baby do Brasil ministrando. Para muitos, a imagem dela mudou completamente após sua ministração no evento. Ouvi comentários a respeito de que, aqueles que a viam antes com certo desprezo e preocupação quanto às repercussões que sua imagem poderia trazer aos evangélicos, puderam

perceber que apesar do estilo de Baby, ela parece ser uma cristã em seus princípios doutrinários. A cantora e ministra “revolucionou” o estilo de adoração ao cantar músicas “clássicas” cristãs em ritmo de rock, com urros e berros durante as canções.



Foto 15 - Culto com a presença de Baby do Brasil. Arquivo Pessoal. 2005.

Aproveitando a presença de alguém “famoso”, como a Baby, o pastor Jorge Linhares interfere no louvor, pede para acender as luzes e começa a falar, sem nenhuma relação com nada do que estava ocorrendo na reunião, sobre os bolsões de pobreza, especialmente no nordeste brasileiro, para justificar o não comparecimento de alguns ministros que estavam programados para participarem do evento, mas que tiveram que ficar no nordeste.

Em todos os dias verifiquei um grande número de pessoas registrando o evento através de suas máquinas fotográficas e filmadoras. Fotografavam com os ministros de música, com os pastores e também entre eles.

Cabe ressaltar ainda que a IBG publica diversos livretinhos de seus pastores. Normalmente eles parecem tratar de auto-ajuda³⁸, como por exemplo, o livro “A águia e a

³⁸ Nesse caso, Fonseca (2000) afirma ser essa uma das facetas da “Nova Era evangélica”, em que, através da Confissão Positiva – movimento que teve sua maior expressividade em Kenneth Hagin e seu Seminário Rhema – os evangélicos procuram estar “de bem com a vida” ao “declarar coisas boas”. O que se vê atualmente no meio evangélico brasileiro é uma religiosidade de “valorização do eu” de uma forma muito semelhante ao que ocorre em movimentos Nova Era.

galinha”, do pastor Jorge Linhares. Durante uma de suas preleções, após pedir para abrir a Bíblia, o pastor Jorge começava a fazer propaganda desses livros evangélicos. Em certo momento, disse que o livro do pastor Lúcio Barreto³⁹ é um “*best seller*”. Explicou ser ele um livro para os adolescentes lidarem nas diversas áreas de suas vidas. No caso dos livros de “auto-ajuda evangélicos”, o que percebo é cada vez mais a presença do consumo do religioso pelos evangélicos enquanto lhes é útil, no sentido em que Amaral (1999) aponta para o caso da Nova Era. Segundo Fonseca (2000), os livros relacionados à doutrina da Confissão Positiva ocupam lugar de destaque entre a preferência dos leitores evangélicos. O outro livro apresentado por Linhares diz respeito ao que Fonseca (2000, p. 68) classificou como “Vida Cristã” e que procura oferecer por diferentes ferramentas, questões práticas para a vida cristã. Nesse caso, esse tipo de literatura ocupa boa parte das leituras dos evangélicos, conforme estudo do caso dos cariocas realizado por Fonseca (2000). Assim, o que se verifica é que a fé, nesses casos, está muito mais relacionada ao seu caráter pragmático, com vistas aos resultados que tais práticas podem trazer às vidas dos fiéis. É interessante destacar que, se de um lado o pastor Adhemar de Campos fazia suas preleções apenas baseado na Bíblia, o pastor Jorge Linhares pregava apenas sobre suas experiências próprias. Mais uma vez relacionando a mídia e os evangélicos por meio dos eventos. Além dos livros, o pastor também divulgou que as camisas que estavam sendo vendidas no evento eram feitas pelos recuperandos da casa de recuperação da IBG e que a renda da venda seria revertida para a manutenção desse centro.

3.2.1.2 - Clínica Pastoral

JOCUM (Jovens com uma Missão) – de 14 a 17 de julho de 2005.

A Clínica Pastoral ocorre esporadicamente e é promovida pela Jocum. A Jocum é uma entidade internacional com o objetivo de formar jovens e organizar grupos para pregarem a mensagem do evangelho de forma contemporânea e variada, com danças, músicas, teatros, artes circense e outros.

O evento ocorre na sede da Jocum Nacional, que é em Contagem – MG, região metropolitana de Belo Horizonte, que também é chamada de “base”. O espaço da Jocum é uma área verde que conta com um auditório (galpão) para cerca de mil e quinhentas pessoas,

³⁹ Pastor de jovens da IBG.

dois prédios onde estão os alojamentos e salas administrativas, uma cantina, um refeitório e várias outras pequenas construções, além de uma livraria em forma de banca de jornal.



Foto 16 – Espaço de reuniões localizado na sede da Jocum Nacional. Arquivo Pessoal. 2005.

Para o evento foram montadas diversas barracas que vendiam comida, caldos, sanduíches e inclusive acarajé⁴⁰ (Foto 17). Também existia no local uma barraca de livros e camisas e outra de um ministério de artes (Foto 18 e 19). No salão de reuniões, o palco era decorado e iluminado especialmente para o evento, e foi organizado com cadeiras voltadas para o palco. No evento também havia uma ilha de filmagem.

⁴⁰ É interessante destacar o fato de que o acarajé, assim como outras comidas da culinária baiana, são tidas como comidas dedicadas a entidades espirituais, os Santos. Essas comidas eram feitas para se ofertar a algum Santo nas religiões afro-brasileiras e por isso, normalmente em função da “guerra espiritual”, não se encontra comumente no cardápio dos evangélicos, especialmente de alguns grupos pentecostais e neopentecostais, como a Igreja Universal do Reino de Deus.



Foto 17 - Barracas de comida. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 18 - Barraca para venda de produtos evangélicos. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 19 - Banca para venda de produtos da Jocum. Arquivo Pessoal. 2005.

Não foi distribuído nenhum material referente ao evento (pasta, programa, bloco de anotações e outros). Uma das responsáveis pelo evento me informou que a antiga equipe que o organizava deixou de fazê-lo e, por isso, vários problemas estavam ocorrendo. No entanto, em todos os momentos que busquei informação antes de viajar, a equipe organizadora foi muito solícita em instruir, inclusive apresentando formas mais baratas de chegar ao local do evento.

Ao chegar lá, percebi que havia uma certa desorganização no evento, afinal os líderes ainda não estavam preparados para receber os participantes. Ninguém conseguia dar informações corretas sobre acomodação, alimentação etc. Depois de muito aguardar, fui encaminhada para um aposento no terceiro andar do pavilhão de alojamentos da sede da Jocum. Depois fui encaminhada para outro alojamento, que se localizava em um sítio cerca de um quilômetro da sede.

No sítio havia um dormitório feminino no segundo piso e um masculino no primeiro. Os banheiros eram coletivos e usados por homens e mulheres. No alojamento feminino havia um banheiro que era fechado com uma cortina plástica, que no segundo dia já estava rasgada e tinha que ser colada com fita adesiva. Os quartos eram ocupados por beliches, conforme foto 19. O espaço não estava limpo e houve certa reclamação entre os participantes que

havam pagado R\$120,00. Esse alojamento havia custado cerca de 70 reais mais caro que o oferecido dentro do espaço da Jocum e estava em condições piores do que os alojamentos da “base”. Em um dos dias faltou água e as pessoas não puderam tomar banho, entretanto, não percebi qualquer murmuração entre os participantes quanto a esse problema. Normalmente esses fatores são vistos como uma forma de sacrifício de adoração a Deus, que deve ser suportada de bom grado no intuito de experienciar ou compartilhar dos sofrimentos de Cristo. Essas características somaram no intuito da minha apreensão do evento como uma espécie do tipo ideal de *communitas*. (STEIL, 1998b). Nesse caso, pessoas das mais diversas classes, status, posições religiosas dividem o mesmo espaço e as mesmas experiências.

No segundo dia, as pessoas que estavam hospedadas no sítio foram acordadas com a proposta de mudança de local para dormir. Logo arrumaram as malas e se prepararam para partir. No entanto, quando os participantes já aguardavam no andar inferior para irem para o novo local, uma pessoa da organização do evento informou que isso não iria mais ocorrer.



Foto 20 – Quarto do alojamento no Sítio. Miriane-MG, Elisângela-RJ, Renata-RJ, Cida-SP e Cândida-RS. Arquivo Pessoal. 2005.

Em conversas informais no quarto do alojamento conheci pessoas de norte a sul do Brasil, mas especialmente da região sudeste. Enquanto aguardava o horário da primeira reunião, quando viria uma van nos buscar, ouvi três moças conversando a respeito de problemas sobre tradicionalismo e pentecostalismo em suas igrejas. Nas conversas, percebi certa disputa entre esses dois campos, uma vez que cada lado quer se mostrar mais autêntico e

mais próximo à experiência proposta por Jesus e, por isso, muitas igrejas se dividem, gerando outras.

No primeiro dia não consegui perceber a chegada de grandes grupos (caravanas) mas muitas pessoas chegavam sozinhas. Os maiores grupos que percebi tinham cerca de 20 pessoas. Já no segundo dia, durante a madrugada, chegaram algumas caravanas.

Sobre os participantes, era possível perceber que os grupos eram muito ecléticos, com pessoas de todas as raças, classes sociais e ‘tribos’. Havia cabeludos, patricinhas, hippies e pessoas mais no padrão normal da sociedade como um todo. Entretanto, não encontrei aquele padrão típico de evangélico, com cabelos e saias compridas, ou com ternos e Bíblia de baixo do braço. Percebi que muitas das pessoas ali alojadas eram jovens, na faixa dos 20 anos, apesar de também ver adultos e crianças participando. Além dos participantes vindos das diversas partes do país, existem os ‘internos’ que fazem a ETED⁴¹ e que moram na “base” (também vindos de todo o Brasil). Vi algumas poucas pessoas trajando camisas com dizeres bíblicos, até porque estava muito frio e as pessoas estavam completamente agasalhadas. Existia, ainda, um rapaz que se vestia com panos de saco nas reuniões (Foto 21). Vestir-se de pano de saco⁴², na tradição judaica – tradição esta que está sendo revisitada e reelaborada pelos evangélicos - tem o significado de humilhar-se diante de Deus. Especialmente em algumas igrejas pentecostais e nas igrejas históricas renovadas, o uso de certas tradições judaicas e a incorporação de parte de seus símbolos têm sido constante. Muitas igrejas colocam a bandeira do Estado de Israel juntamente com a do Brasil em lugares de destaque, usam bordões como Shalom⁴³ para cumprimentar as pessoas e outras práticas que podemos comparar com o que Hobsbawn e Ranger (1994) chamam por invenção das tradições. Esse retorno às tradições judaicas têm sido bastante presente nesse tipo de evento, pelo que pude constatar.

⁴¹ Escola de Treinamento e Discipulado da Jocum.

⁴² Essa vestimenta se apresenta como uma forma de expressão da lamentação e do arrependimento do fiel, significando humildade, dependência e necessidade de Deus.

⁴³ Palavra em hebraico que significa Paz, usada frequentemente em saudações.



**Foto 21 - Rapaz vestindo pano de saco.
Arquivo Pessoal. 2005.**

Percebi que muitas pessoas foram sozinhas para o evento e acabaram formando grupos com aqueles que encontravam maior afinidade. No grupo em que eu estava, éramos oito mulheres. Andávamos sempre juntas como se nos conhecêssemos há anos. Havia muita troca de informações sobre as igrejas. Também muita discussão acerca de nossas igrejas que são tradicionais (históricas) e que têm se tornado renovadas. Uma senhora do Rio Grande do Sul, chamada Cândida, que é esposa de um pastor, contou que três dias antes do evento começar, a igreja local dela se desligou da Confissão Luterana do Brasil para tornar-se uma igreja independente.

A primeira reunião iniciou-se com dois cânticos e depois uma palavra falando sobre Jesus – fonte de águas vivas (Jo 7:37). Foi falado, ainda, que o evento trataria sobre cura e que aqueles que se disponibilizassem, poderia ser curado por Deus. Desta forma, os participantes foram desafiados a levar o evento a sério. Depois, um dos líderes do evento falou sobre um projeto no sertão nordestino e foi recolhida uma oferta para esse projeto. A seguir houve a

apresentação do grupo Ceifa⁴⁴, com um espetáculo circense utilizado como forma de converter as pessoas nas ruas.



Foto 22 - Apresentação do Grupo Ceifa. Arquivo Pessoal. 2005.

No momento das músicas, os cantores chamavam as pessoas para irem à frente do palco. Assim que os fiéis o faziam, os ministros de louvor começavam a tocar um “rock pesado”. Depois houve uma manifestação pentecostal em que os ministros religiosos insistiam na glossolalia e no “batismo no Espírito Santo”, incentivando que os presentes “orassem em línguas”. A palavra nessa noite foi sobre Herdeiros da Promessa – uma nova dimensão, a dimensão do Espírito. As pessoas que quisessem ser ministradas com uma oração foram chamadas a se ajoelhar na frente do palco.

⁴⁴ Ministério de evangelização da Jocum através da danças, teatro e apresentação circense.



Foto 23 - Pessoas ajoelhadas para serem ministradas. Arquivo Pessoal. 2005.

Normalmente, as reuniões iniciavam-se com momentos em que as pessoas ora oravam individualmente ora em grupos, mesmo que não conhecessem as pessoas com quem estavam orando. Essas orações sempre ocorriam com músicas ao fundo. Após esse período de oração ocorria o momento de música, chamado louvor. Todas as músicas eram acompanhadas por danças. Os participantes do evento costumavam acompanhar as músicas cantando sem o acompanhamento de “letras” de músicas que indicassem o que iria ser dito nela, o que pode indicar a idéia de que as músicas ali cantadas são comuns no meio evangélico. Eles também formavam círculos e dançavam em rodas as músicas cantadas. Além disso, normalmente o momento da reunião era usado para fazer *merchandising* dos produtos evangélicos que estavam sendo vendidos no evento. Ainda eram jogados cds e brindes para a platéia presente na reunião. Observou-se que, em boa parte do evento foi incentivada a glossolalia. Em algumas manifestações dos líderes, senti que havia uma indução para uma “excitação pentecostal coletiva”, através de frases como “está chegando, vai chegar, vai chegar, receba,

receba!” em alto som. Talvez por este fato, muitas pessoas saíam da reunião afirmando haverem sido “batizadas pelo Espírito Santo⁴⁵”.



Foto 24 - Grupo de dança que acompanhava as músicas. Arquivo Pessoal. 2005.

Foi interessante perceber que as pessoas saíam do espaço das reuniões e iam direto para as tendas que vendiam os artigos evangélicos (ver foto 25). Às vezes esse comportamento ocorre como uma resposta ao *merchandising* realizado durante as reuniões. Vale destacar que os produtos vendidos eram cds, dvds, Bíblias, livros, agendas, camisas e outros produtos, sendo que eles eram marcados sempre pelo apelo religioso. Além disso, a cada dia era montada uma nova barraca com produtos a serem comercializados pelos palestrantes ou músicos que participavam das reuniões.

⁴⁵ Ver nota número 32 sobre a glossolalia.



**Foto 25 - Comércio de artigos religiosos logo após a reunião da manhã.
Arquivo Pessoal. 2005.**

Os músicos e palestrantes que participaram do evento, são pessoas conhecidas no meio evangélico em suas áreas de atuação, como Gerson Freire na música, e o pastor Coti na ministração de “cura interior”⁴⁶. É interessante ressaltar o fato de que o próprio nome do evento remeta a essa idéia de cura. Perante o desenvolvimento de uma sociedade cada vez mais centrada nas instâncias emocionais, na experiência e na exacerbação do individualismo, além de procurar a utilidade da religião em forma dos resultados verificáveis, a temática da “cura interior” tem se feito corrente no contexto religioso brasileiro assim como no meio dos evangélicos brasileiros. As funções terapêuticas da religião já é um tema estudado por autores como Lévi-Strauss e Bastide, conforme Lewgoy (2006), e, por isso, a “cura interior” não pode ser tratada como novidade em meio ao religioso. A novidade é a forma como essa experiência se dá na (pós)modernidade e suas conseqüências na religiosidade contemporânea. Esse fato

⁴⁶ Segundo a própria interpretação “nativa”, seria a “cura do coração” e das emoções do homem, a cura da memória, a cura dos traumas adquiridos, desde os antepassados passando pela gestação até chegar à infância e que seriam sensações que afloram no homem comportamentos redundantes, neuróticos, repetitivos e agressivos.

leva à compreensão de uma religião muito mais psicologizada do que com o caráter intransitivo da soteriologia⁴⁷. Para Lewgoy (2006, p. 8),

A incorporação da psicologia no âmago da religião parece encaixar-se, por um lado numa definição clássica de sincretismo – como formação compósita de sistemas heterogêneos cujo resultado é distinto das matrizes originais, não fosse a sensação de cacofonia na correção das referências teológicas, provocada em parte da liderança evangélica pelos inúmeros manuais de elevação da auto-estima e, sobretudo, pela inversão na tradicional hierarquia de valores entre o “espiritual” e o “psicológico”, entre “santidade emocional” e “integridade pessoal”, entre fé como disposição ao sacrifício e o psicologismo do bem-estar.

Desse modo, o que se encontra na igreja evangélica atualmente, e que pode ser percebido nesse evento, é um movimento de bricolagem, em que a psicologia entrou na esfera religiosa, contribuindo para aquilo que já tratei no subitem anterior, como a “Nova Era evangélica” apresentada por Fonseca (2000). Nesse caso específico da “cura interior”, Lewgoy (2006, p. 12) aponta que as “propostas de ‘cura interior’ também combinam uma base bíblica com a linguagem da psicologia moderna mapeadora do self, da ‘auto-imagem’ e da ‘identidade’ com ênfase para a depressão, ‘o estresse’, ‘a saúde emocional’ e a ‘cura espiritual de traumas e feridas emocionais’” e apresenta como os principais defensores desse posicionamento David Kornfiel e Fábio Damasceno.

Durante o evento, percebi o uso constante de bordões evangélicos entre os participantes. No entanto, esse uso era feito conforme os falares de várias regiões brasileiras ali representadas. Esse fator também foi observado no evento Magnificat, me levando a pensar a forma como isso também contribui para a construção da “cultura evangélica”.

Em conversas informais, percebi que as pessoas que ali estavam costumavam participar de diversos eventos evangélicos em todo o Brasil, especialmente em Belo Horizonte, destacando-se o evento promovido pelo grupo de adoração Diante do Trono – o Congresso Internacional de Louvor e Adoração –, em São Paulo e no sul do país.

O consumo por boa parte dos participantes é bastante intenso. Normalmente as pessoas não compravam apenas produtos para si, ou para lembrar os momentos ali passados, mas adquiriam elementos como lembranças para os familiares que ficaram em seus locais de origem. Em uma das tardes do evento resolvemos não participar da reunião para irmos ao shopping da cidade. Foi fretada uma van que levou cerca de 10 pessoas. Ocasionalmente o grupo encontrou outras duas pessoas que estavam no evento e que resolveram passear pelo shopping. Após irem ao shopping, o motorista da van, também evangélico, ofereceu para levar o grupo a uma loja de artigos evangélicos que tinha preços bastante acessíveis. O grupo

⁴⁷ Parte da teologia que trata da salvação do Homem.

aceitou e continuou a realizar suas compras. Elisângela, uma das jovens do Rio de Janeiro, contou que estava comprando muitos produtos, pois das outras vezes em que esteve nesse evento não pôde comprar os produtos uma vez que não tinha dinheiro para isso, fato este que a entristecia.

Nesse sentido, cabe uma breve indagação a respeito do sentido do consumo nesse turismo, que retomarei de forma mais aprofundada na descrição dos outros eventos. Do ponto de vista do turismo, o consumo se configura não mais no sentido da produção e da indústria (utilitarista), proposto por Marx, mas numa metáfora dessa época, em que as dimensões simbólicas passam a ser mais significativas para esse estudo (SILVA, 2006). Nesse direcionamento, retomo a discussão realizada no capítulo 1 em que percebemos o turista como um “canibal simbólico”, consumidor de prazeres e emoções (MACCANNEL *apud* BURNS, 2002). Perante isso, pergunto-me por que Elisângela se entristeceu por não poder consumir? Talvez porque, fortemente marcada pelo consumo, a sociedade contemporânea atribui a isso o importante papel de construção de imaginários, identidades e mundo social, constituindo um estilo de vida, uma forma de estar no mundo, mediada pelo consumo de bens religiosos (SILVA, 2006). Assim, o que pode ser percebido nas práticas relatadas no parágrafo supracitado encaixa-se no que percebemos como o consumo contemporâneo. Entretanto, esse assunto será melhor explicitado em outros momentos desse capítulo.

O preço das comidas no evento foi razoável. As barraquinhas de comidas, no primeiro dia, não estavam vendendo leite, chá, café e nem chocolate quente. Entretanto, devido ao frio, os participantes insistiam para que esses produtos fossem vendidos. No segundo dia, já se adequando a essa demanda, as barraquinhas estavam vendendo caldos e as bebidas quentes. Nenhum produto tinha conteúdo alcoólico. Perguntei às pessoas que estavam administrando essas barracas, normalmente famílias evangélicas, se eles costumavam participar vendendo produtos nesse tipo de evento, mas eles afirmaram que essa era a primeira vez que estavam participando.

A limpeza do local e as refeições que eram servidas no refeitório eram feitas pelos internos, ou seja, seminaristas ou estudantes que se preparam para o serviço no campo missionário. Pude notar que existe uma escala de trabalho, sendo que essas atividades fazem parte da preparação dos internos para trabalharem, mais tarde, em regiões missionárias. Essas pessoas, também chamadas de obreiros, eram bastante solícitas e gentis com os participantes do evento. Assim como a acomodação, as refeições eram feitas em conjunto sempre após a oração de um dos internos da Jocum. É importante destacar a força do voluntariado nos eventos evangélicos como uma forte marca em sua realização.

Em uma das reuniões, Gerson Freire, um dos músicos e pregadores no evento, pediu para que as pessoas clamassem a Deus pela nação diante dos tristes fatos que estavam ocorrendo na política, como o “mensalão⁴⁸” e o “caixa dois⁴⁹”. Uma menina dançou com a bandeira do Brasil durante esse manifesto. A aproximação entre a religião e a política no meio evangélico tem se tornado cada vez mais presente, segundo os estudos de Freston (1994), Conrado (2001) e Machado (2001) trabalhados no capítulo anterior. Entretanto, nesse caso, a ligação entre esses dois campos se deu pela via da religião ao utilizar seu instrumental, a oração, para modificar a atual situação política brasileira.



Foto 26 - Menina dançando com a bandeira do Brasil. Arquivo Pessoal. 2005.

Acho interessante destacar que, no último dia da Clínica Pastoral, um domingo, uma das meninas que estava no evento teria que ir ao centro de Belo Horizonte participar de um processo de seleção de concurso público. Ao saber onde seria realizada a prova do concurso, ofereci guiar aqueles que queriam conhecer a Igreja Batista da Lagoinha⁵⁰ - IBL, que se localizava próximo ao local do concurso. Além da Elisângela, que iria fazer a prova, e de mim, mais duas mulheres resolveram nos acompanhar. Para a Elisângela foi muito bom que

⁴⁸ Compra de votos dos políticos para votarem a favor dos projetos do governo Lula – 2002-2006.

⁴⁹ Desvio de dinheiro das empresas estatais para cobrir gastos de campanha não declarados pelos partidos políticos ao Tribunal Superior Eleitoral.

⁵⁰ Doravante no texto, será tratada por IBL ou simplesmente “Lagoinha”.

tivesse companhia para chegar ao local da prova pois além de não conhecer a cidade, ela se sentia mais segura. Nós três seguimos para a IBL e participamos do culto da manhã ali. Uma das mulheres aproveitou para comprar cds e dvds na livraria que se encontra dentro do espaço da igreja. Nesse caso também foi possível observar que poderia haver outros turistas naquela igreja, uma vez que presenciei pessoas fotografando em frente à igreja e também encontrei uma amiga de Juiz de Fora e sua mãe nesse local. Na Clínica Pastoral ainda ouvi outras pessoas dizendo que iriam conhecer a IBL depois do evento e as pessoas comentavam que haveria o evento chamado Confrajuvem na semana seguinte em Belo Horizonte.



Foto 27 - Pessoa fotografando no pátio dianteiro da Igreja Batista da Lagoinha. Arquivo Pessoal. 2005.

3.2.1.3 - Congresso Internacional de Louvor e Adoração

Diante do Trono - Igreja Batista da Lagoinha - de 24 a 27 de março de 2005.

Esse evento surgiu em 2000 e ocorre anualmente durante os quatro⁵¹ dias da Semana Santa. No início era realizado na própria estrutura da Igreja Batista da Lagoinha⁵², que comporta cerca de 8 mil pessoas, entretanto, com seu crescimento, no ano de 2004, o evento

⁵¹ Quinta feira de ramos, sexta feira da paixão, sábado de aleluia e domingo da ressurreição.

⁵² Segundo o site da Igreja Batista da Lagoinha (<http://www.lagoinha.com>), em julho de 2006 a igreja estava com cerca de 30 mil membros.

foi transferido para o ginásio do Mineirinho. Isso permitiu que em 2004 o evento recebesse cerca de 11 mil pessoas e em 2005, 13,5 mil pessoas. Segundo Jurandir Monteiro Júnior, um dos organizadores do evento, por volta de 90% dos participantes são de fora de Belo Horizonte, inclusive de países como Estados Unidos da América, Suíça e Portugal.

Nesse evento verifica-se a estrutura profissional da organização. Logo na entrada do Ginásio havia um espaço montado para a recepção dos participantes que também congregava *stands* institucionais da Rede Super⁵³, da Visão Mundial⁵⁴ e ainda *stands* promocionais e comerciais com produtos do Diante do Trono⁵⁵, Daniele Jordão e também da grife “André Valadão – Water Live⁵⁶”.



Foto 28 - Stands para venda dos produtos Diante do Trono. Arquivo Pessoal. 2005.

Além dessa estrutura, havia uma grande secretaria do evento, com 12 guichês para o credenciamento, em que os participantes eram separados neles pela letra inicial de seus nomes, e mais dois guichês, um para informações gerais e outro para hospedagem.

⁵³ Rede de Televisão aberta em Belo Horizonte e fechada nos demais municípios do país, pertencente ao grupo NET, da Igreja Batista da Lagoinha.

⁵⁴ Instituição beneficente interdenominacional que tem projetos sociais especialmente no norte de Minas e no nordeste brasileiro. A principal campanha é o apadrinhamento anual de uma criança carente que é acompanhada por eles.

⁵⁵ Grupo musical da Igreja Batista da Lagoinha, com sete cds gravados em todo o Brasil, e que permitiu a grande visibilidade dessa igreja pelo país.

⁵⁶ Grife de produtos religiosos do pastor cantor da Igreja Batista da Lagoinha, componente do Diante do Trono e também com “carreira solo”, com três cds lançados em todo o país. Filho do pastor presidente da IBL, pastor Márcio Valadão.



Foto 29 - Guichês para credenciamento. Arquivo Pessoal. 2005.

Dentro do ginásio do Mineirinho, havia toda uma organização do espaço. Na quadra se encontrava montado o palco, cinco telões, ilha de imagem, ilha de sonorização, ilha de iluminação, além de incontáveis cadeiras para os participantes. Também havia lanchonetes dentro do Mineirinho e vendedores ambulantes credenciados para a venda de biscoito Elma Chips, água e picolé. Havia um espaço interno para as autoridades onde era servido um *buffet* para os organizadores principais. Para tal, era utilizado o espaço da cabine de imprensa.

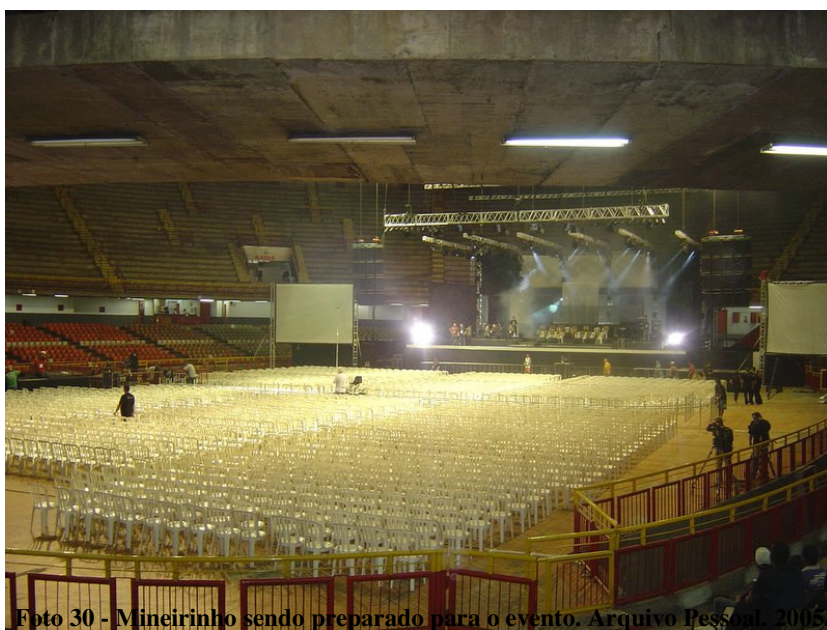


Foto 30 - Mineirinho sendo preparado para o evento. Arquivo Pessoal. 2005.

Próximo ao palco, dos dois lados, encontrava-se dois grandes telões, e sobre o palco, mais outros três menores. O palco foi ocupado pelos ministros de música, orquestra e dançarinos (homens e mulheres). Existiam homens de terno fazendo a segurança e ajudando na organização. Pude perceber que houve muita deferência para com as pessoas que estão envolvidas com a organização do evento da parte dos participantes que vêem tanto os palestrantes como os voluntários como autoridades locais. Percebi que uma empresa foi contratada para fazer a limpeza de todo o espaço do ginásio, mantendo os banheiros sempre bem limpos.



Foto 31 - Espaço do Mineirinho. Palco e Telões. Arquivo Pessoal. 2005.

Nos arredores do Mineirinho, especialmente em seus portões e na parte de entrada do estacionamento, existia um comércio paralelo de artigos evangélicos. Esse comércio vendia camisas, chaveiros, faixas, bonés, cds e dvds evangélicos, entre outros artigos. Apesar de venderem produtos evangélicos, nenhum vendedor disponibilizava produtos da igreja organizadora desse evento, a IBL. Vendiam produtos dos mais diversos cantores evangélicos, pastores etc, exceto da IBL.



Foto 32 – Venda de artigos evangélicos extra-oficiais. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 33 - Venda de artigos evangélicos nos arredores do Mineirinho. Arquivo Pessoal. 2005.

Também havia barracas de alimentação paralela que vendiam churrasquinho, sanduíche de pernil e outros tipos de guloseimas comumente vendidas em porta de estádio. Muitas pessoas que estavam participando do evento, seja vendendo produtos ou como congressistas, se alimentavam nesses espaços, que ofereciam café da manhã, almoço e jantar.



Foto 34 - Barracas de alimentos no Mineirinho. Arquivo Pessoal. 2005.

Ao redor do Mineirinho ficavam diversos táxis para prestar serviços aos congressistas. Muitos dos congressistas estavam hospedados longe do local do evento e por isso utilizavam táxis para seu deslocamento. Além dos táxis, diversos ônibus dos lugares mais distintos do país demonstravam a diversidade de pessoas que participavam do evento. Havia cerca de uns quarenta ônibus ao redor do Mineirinho diariamente, além dos microônibus e das vans. O ônibus do local mais distante era de Belém do Pará, mas existiam outros de Salvador, Londrina, Pomerode, Brasília, Rio de Janeiro e outros. O estacionamento do Mineirinho ficava lotado durante o evento, com carros de placas de norte a sul do país, especialmente de cidades da região sudeste.



**Foto 35 - Ônibus do grupo de Belém do Pará.
Arquivo Pessoal. 2005.**

É interessante destacar nessa foto que a viagem de Belém a Belo Horizonte por via rodoviária leva em torno de três dias (cerca de 2.900 Km). Assim, o grupo que participava do evento viajou cerca de seis dias em média para ficar apenas quatro dias no evento, que é o seu tempo de duração. Isso me leva a mais uma vez questionar porque as pessoas se deslocam de tão longe para vivenciar alguns dias da Semana Santa em um evento evangélico. Se tomar o texto de Fernandes (1998) sobre as romarias católicas à Aparecida, percebemos que os protestantes não compreendem a prática desse mesmo percurso, por inúmeras vezes, por esses fiéis. Segundo Fernandes (1998, p. 96), “na visão puritana, não há virtude alguma na idéia católica de viajar para frente e para trás, ano após ano, repetindo sempre o mesmo percurso”, uma vez que, nessa visão, o “peregrino cristão” é aquele que faz de sua vida terrena uma jornada para a vida no além. A partir disso me pergunto então, por que agora os evangélicos também realizam esses deslocamentos?

No evento, cerca de 300 voluntários trabalhavam, objetivando servir aos participantes. Eles trajavam camisa preta do evento designando que faziam parte da equipe de “apoio” e usavam um crachá com seus nomes. Este fato pode remeter à idéia de que existe a força do voluntariado na organização e execução desse tipo de turismo.



Foto 36 - Equipe de Apoio - Voluntários. Arquivo Pessoal. 2005.

Parece haver um treinamento para que as pessoas possam ser muito bem servidas por esses voluntários que trabalham no evento. Além desses voluntários prestativos, havia policiais militares fazendo a segurança nos arredores do Mineirinho.



Foto 37 - Policiamento no evento. Arquivo Pessoal. 2005.

Logo na chegada, na tarde de credenciamento, grandes filas se formavam para o recebimento do material. O material era composto de uma bolsa plástica transparente do

Diante do Trono que era ocupada por um folder de programação, uma caneta do mesmo ministério, um bloco de anotações do evento, uma propaganda de artigos comercializados por eles e um crachá que dava acesso à parte interna do ginásio do Mineirinho. A inscrição para o evento custava R\$ 50,00, mas para participar em cada dia, era permitido adquirir o crachá do diário por apenas R\$ 5,00.

Muitos chegavam em pequenos grupos e outros chegavam em caravanas. Todos pareciam estar com grande expectativa para o evento. Dentre as pessoas que estavam ali na tenda armada para a recepção, encontrava-se também o pastor Márcio Valadão⁵⁷, cumprimentando e abraçando alguns que vinham chegando. Muitos pediam para fotografar com ele. Era interessante perceber o assombro dos congressistas ao encontrarem no meio das pessoas “comuns” uma das figuras mais carismáticas do meio evangélico. Algumas pessoas que estavam na fila para o credenciamento diziam estar admirados com tamanha simplicidade que encontraram na pessoa do pastor Márcio Valadão. Além do pastor Márcio, existiam diversas outras pessoas dando as boas vindas e abençoando quem chegava ao Mineirinho.



Foto 38 - Congressistas fotografando com o pastor Márcio Valadão. Arquivo Pessoal. 2005.

⁵⁷ Pastor Presidente da Igreja Batista da Lagoinha e um dos principais líderes evangélicos brasileiros. Pai dos pastores e cantores Ana Paula Valadão e André Valadão.

Muitas pessoas compravam roupas na grife de André Valadão, que vendia, em especial, uma camisa que era referente ao seu novo cd, o qual seria gravado no evento, com o tema “Milagres”. Nessa camisa vinha escrito o termo “milagre”, nas línguas de diversos países, sendo que atrás dela existia uma estampa de uma mão com o nome do país pintado nas cores da bandeira desses países. Parece ter sido um verdadeiro sucesso de vendas, pois o número de pessoas trajando essas camisas em outros dias do evento era enorme. Além disso, no último dia, havia apenas camisas de poucos países.



Foto 39 - Compras no stand André Valadão - Water Life. Arquivo Pessoal. 2005.

Apreendendo a compreensão de consumo que apresentamos no subitem anterior e vislumbrando a idéia da grife, é possível inferir que, diante da (pós)modernidade, o consumo pode ser entendido também sob a ótica do controle que tal prática pode propiciar ao indivíduo em seu cotidiano. Nesse caso, Featherstone (1995) argumenta que a construção de uma identidade relacionada ao consumo não está restrita aos jovens e ricos, mas afeta a sociedade como um todo, uma vez que nessa configuração o indivíduo é levado a acreditar que ele pode se tornar quem quer que seja, desde que esteja pronto a consumir. Assim, percebo que através da imagem do pastor André, jovem e bem sucedido, o consumo de sua grife pode ser um consumo que vai muito além apenas de seu valor utilitário, mas adentra o campo do consumo simbólico, levando os fiéis a espelharem nele a possibilidade de ser alguém que não são.

Desse modo, “esqueçamos que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar; esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar a idéia de que as mercadorias são boas para pensar: tratemô-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar”. (DOUGLAS E ISHERWOOD apud SILVA, 2006, p. 4-5). Com base nessa afirmação, percebo que o valor simbólico e as significâncias transcendem em muito o próprio valor de uso dos produtos, tais como as roupas da grife André Valadão.

As pessoas buscavam adquirir produtos da própria IBL (Diante do Trono), onde eram vendidas desde merendeiras escolares a dvds do evento. O pagamento poderia ser feito em cartões de crédito e outros.



Foto 40 - Venda de produtos Diante do Trono. Arquivo Pessoal. 2005.

Entretanto, também muitas pessoas adquiriam produtos do mercado paralelo. O comércio era enorme, sendo possível, inclusive, encontrar uma banquinha vendendo óleo ungido, conforme a informação divulgada em uma placa. Mais uma vez, nesse caso, encontramos o aspecto simbólico dos artigos religiosos consumidos nesses eventos, referindo-se muito mais ao seu significado do que propriamente o seu valor utilitário.



Foto 41 - Venda de Cds e Dvds. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 42 - Venda de óleo ungado. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 43 - Porta-malas repleto de camisetas para serem vendidas no evento. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 44 - Venda de produtos evangélicos. Arquivo Pessoal. 2005.

Afirmar que o sagrado tem se dado, atualmente, por meio do consumo, pode parecer redundante diante das fotos apresentadas anteriormente. O que se vê é que o consumo de artigos religiosos permite uma sensação de pertencimento ao grupo religioso no qual está inserido o fiel e ainda uma experiência religiosa por meio do consumo. Nesse contexto, Bauman (2001) explicita que a formação da identidade enquanto consumidor é vinculada às possibilidades de escolhas. É essa escolha que permite o sentimento de pertencimento,

elemento essencial na constituição das identidades. Entretanto, num contexto de fluidez (pós) moderna, Bauman alerta para o fato de que “em outras palavras, laços e parcerias tendem a ser vistos e tratados como coisas a serem *consumidas*, e não produzidas; estão sujeitas aos mesmos critérios de avaliação de todos os outros objetos de consumo” (Bauman, 2001, p. 187). Desse modo, entende-se que o que é procurado pelo consumidor é a satisfação imediata, pautada no agora e não no amanhã. Percebendo tal vinculação na vida do fiel, os líderes e demais vendedores aproveitam para vender os produtos para o desenvolvimento da fé do religioso.

Neste caso, percebo que o consumo dos artigos evangélicos pode se dar pela via do hedonismo, em que o que se busca é a felicidade e a realização pessoal do fiel. (ROCHA, 2004). Mas também percebo que pode seguir pelo caminho proposto por Douglas e Isherwood em que os bens “[...] são primeiramente meios de comunicação; são utilizados pelo consumidor para impor identidade e sentido ao ambiente que o cerca, criando o que os autores chamam de “mundos inteligíveis”, pois os bens constituem a parte visível da cultura” (SILVA, 2006, p. 5). Seguindo essa lógica, esses bens operam na direção de dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos, além de estabelecer e manter “tanto relações quanto distinções sociais” (SILVA, 2006, p. 5).

O evento contava ainda com agências de turismo para organizar a recepção das pessoas que iam de outra cidade. As agências de viagens eram apenas parceiras, sem vínculo direto com a IBL. Não obstante a oferecer os serviços das agências, a igreja também oferecia uma hospedagem paralela, na casa de membros da própria IBL. Apesar de existir essa opção de hospedagem, ela não é divulgada, até porque não são muitos membros que disponibilizam suas casas, especialmente para pessoas desconhecidas.

Os participantes levavam bandeiras de seus estados, pois entendem, por representação simbólica, que estão estendendo a bênção ali ministrada até suas residências. Dentre estas, destaco um grupo de três pessoas em que cada um portava uma bandeira do Amazonas, dois grupos distintos - que nem se conheciam - com bandeiras do Rio Grande do Sul e outros com bandeiras de outros estados. Além destes, algumas pessoas levavam a bandeira do Brasil e alguns, inclusive, se enrolavam nela, conforme vemos a seguir:



Foto 45 - Fiéis com a bandeira do Amazonas. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 46 - Grupo de jovens do Rio Grande do Sul. Arquivo Pessoal. 2005.

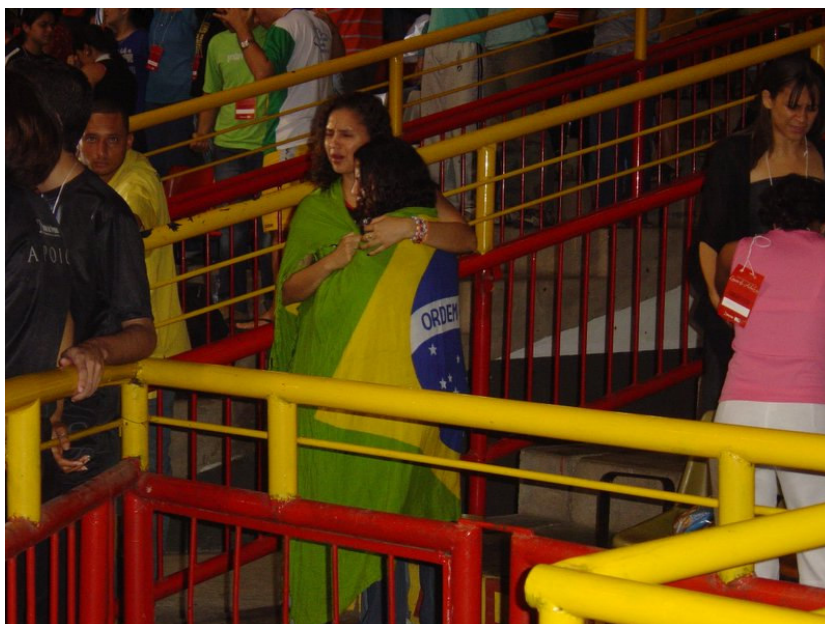


Foto 47 - Meninas enroladas na bandeira brasileira. Arquivo Pessoal, 2005.

Para tentar compreender essa prática, busquei amparo no estudo de Monteiro (1980) que fala sobre as curas por correspondência e percebi ser nesse mesmo sentido que ocorre o uso de bandeiras para representar a presença daquele estado no evento e, através disso, enviar a “bênção” ocorrida no evento. No texto de Monteiro, ele afirma que para os ouvintes da rádio, a “bênção” somente ocorria com a leitura da carta ao vivo e não apenas pela representação da leitura de algumas das cartas. Desse mesmo modo, as cartas continham os pedidos de “bênçãos” de modo direcional, com nome e endereço daqueles que precisavam receber essas orações. Ainda “seu fluxo benéfico é dirigido também sobre objetos relacionados com problemas do ouvinte. Carteiras escolares, remédios, roupas, pão e água, partes doentes do corpo, postos em contato com o aparelho de rádio, o recebem, não sendo rara a referência a curas obtidas no momento da audição” (MONTEIRO, 1980, p. 69). Assim, também no meio evangélico, especialmente entre o ramo pentecostal, essas práticas são bastante comuns. Acreditam que através de bandeiras a “bênção” ali recebida é propagada, atingindo o estado e as pessoas que não puderam estar presentes ao evento.

Percebi que a maior parte dos participantes era jovem, cerca de 70% deveria ter entre 15 e 35 anos. Aparentam em sua maioria pertencer à classe média e média alta. Observei também famílias inteiras participando do evento.

Nas reuniões era possível notar que as pessoas ficavam muito envolvidas com as mensagens. Elas cantavam, oravam, choravam, aplaudiam, ajoelhavam e dançavam. As reuniões ocorreram sempre com muita música e nem sempre eram compostas de ministrações apenas a Deus, mas também às pessoas, como ministrações de cura, restauração e proteção.

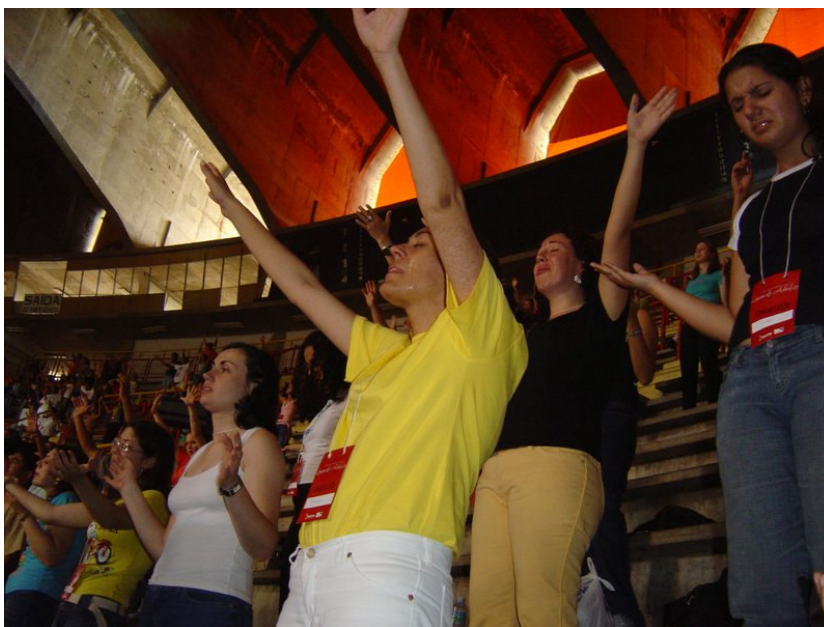


Foto 48 - Congressistas participando do evento. Arquivo Pessoal, 2005.

Essas características já foram elucidadas anteriormente atribuindo isso ao fato de que a religiosidade contemporânea é muito mais emocional e experiencial do que racional (CAMURÇA, 2003). Temas como a cura também já foram esclarecidos nos subitens anteriores.



Foto 49 - Pessoas se ajoelhando durante uma das ministrações. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 50 - Jovens participando do evento e se envolvendo emocionalmente com os rituais. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 51 - Pessoas se abraçando no momento em que foi pedido para orarem uns pelos outros. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 52 – Jovens vestidos com a camisa oficial do evento. Arquivo Pessoal. 2005



Foto 53 - Ginásio inteiro orando com as mãos estendidas para Ana Paula Valadão. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 54 - Pessoas orando umas pelas outras. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 55 - Pessoas orando umas pelas outras. Casal recebendo oração com um chimarrão na mão. Arquivo Pessoal. 2005.

Os participantes têm um envolvimento físico e emocional muito forte com as ministrações. Apesar das variações de idade, variações regionais e outras, os fiéis costumam participar de forma bastante semelhante. Normalmente as pessoas costumam ministrar umas às outras, como nas orações, mesmo não se conhecendo. Apenas o vínculo religioso é suficiente para que chamem um ao outro de irmão e para que as pessoas se envolvam umas com as outras.

As pessoas ficavam atentas aos sermões proferidos por pastores e outros líderes. Durante as reuniões, as pessoas não costumavam sair de seus lugares. Havia muita reverência, apesar da informalidade do local. As pessoas ficam muito envolvidas fisicamente e emocionalmente com as mensagens levadas. No entanto, como as reuniões têm longa duração, no mínimo 3 horas, as pessoas costumam comer e beber durante as cerimônias, mas com certa reverência.



Foto 56 – Vendedor de água autorizado pelo evento. Arquivo Pessoal. 2005.

Existia uma enorme comunhão entre as pessoas que ali estavam. Uma missionária norte-americana no Brasil, Marti Duke, orou pelo povo brasileiro representado naquele lugar. As manifestações pentecostais foram comuns, inclusive no palco. Os próprios preletores e ministros oravam em línguas e faziam com que a pessoa pela qual intercediam caísse no chão. Um dos preletores era estrangeiro, Kent Henry. No sábado, ele utilizou uma camisa verde e amarela com a palavra Brasil grafada, juntamente com Ana Paula Valadão.



Foto 57 - Kent orando por Ana Paula que "cai no Espírito". Arquivo Pessoal. 2005.

O cantor Cris Duran estava no evento e foi chamado ao palco. Ele afirmou que desde que cantou com Glória Stephan, nunca viu algo tão lindo como esse evento. Cris era católico e buscou a Deus em várias religiões. Diz ter encontrado o Deus verdadeiro no meio da igreja evangélica brasileira. Cris testemunhou que havia se convertido há quatro anos atrás. Contou ainda que há um ano e meio atrás, orou por uma mulher em um hospital, que iria amputar a perna, e que ela foi curada e passou a andar. Por fim, o preletor americano profetizou sobre as vidas de Cris e sua esposa brasileira.

Na reunião da noite de sábado, foi realizada a gravação do novo cd do Pr. André Valadão. A entrada era gratuita e por isso já se via pessoas de classes sociais mais baixas. Havia uma família com filhos que portou travesseiro e roupa de cama para o local do evento. Mais do que nos demais dias do evento, muitos ônibus de viagens estavam parados próximo ao Mineirinho, para o desembarque dos fiéis. Alguns deles trajavam vestimentas com dizeres evangélicos ou com referência ao tema do novo cd, que é Milagres. Também havia aumentado o número de ambulantes, agora não apenas vendendo camisas, cds, dvds e livros, mas também faixas de cabeça com “escritos” como: “Jesus”, “♥ André Valadão” e outros. Também o comércio de alimentos foi intenso.



Foto 58 - Meninas uniformizadas para participar da gravação do Pr. André Valadão. Arquivo Pessoal. 2005.

No dia da gravação do cd, a ansiedade dos participantes era grande. Os participantes se divertiam fazendo *OLA*. Na preparação do público para o evento da gravação, o pr. Márcio Valadão instrui os fiéis de forma bastante carismática, inclusive usando de brincadeiras. Ainda antes da gravação do cd, enquanto os participantes aguardavam o início desta parte, o Sr. Cornélio, membro da IBL, declama a Carta de Paulo aos Filipenses. Ele decorou toda a Bíblia e tem um ministério para isso na IBL.



Foto 59 - Faixas com dizeres religiosos ou referentes aos cantores do evento. Arquivo Pessoal. 2005.

Nessas duas horas em que os portões se abriram antes do início da gravação, vê-se a todo tempo pessoas adentrando ao ginásio, em grandes quantidades e ininterruptamente. Na arquibancada também estava o coral de 4000 vozes da IBL que acompanha os músicos com a intenção de gerar uma maior qualidade sonora e harmônica da gravação. Nessa noite os líderes falaram bastante em milagres. Depois em batalha espiritual, tema já tratado anteriormente em outros eventos aqui relatados. Havia muita ênfase no sobrenatural de Deus, nos milagres. Antes do evento ocorreu um problema com o som e a ministra Ana Paula Valadão pediu, através de mímica, que as pessoas orassem repreendendo toda obra do maligno na noite em questão.

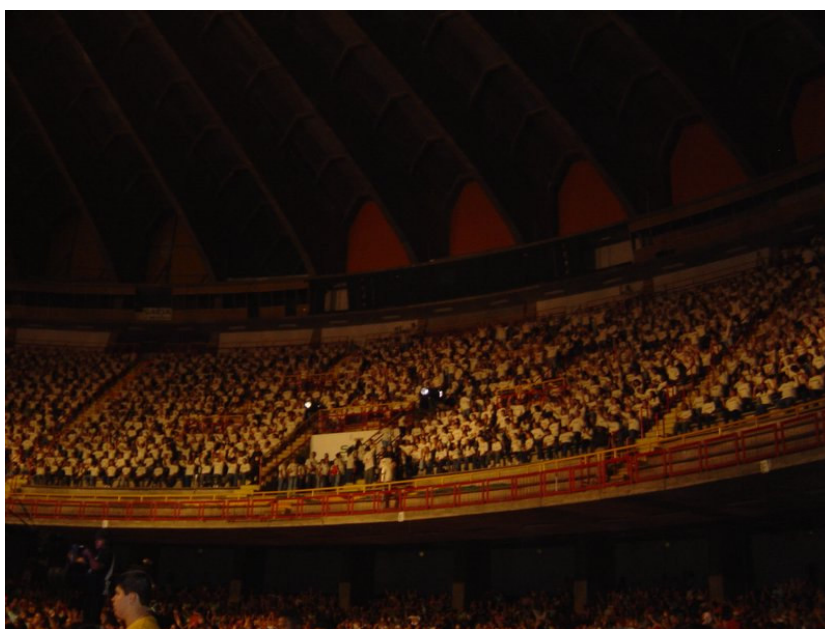


Foto 60 - Coral de 4000 vozes. Arquivo Pessoal. 2005.

Em conversa com um taxista, Sr. Alexander, ele afirma que o evento e a movimentação dos turistas permitiram o aumento considerável da sua demanda. Ele é evangélico e membro da IBL e em seu carro tocava músicas do Diante do Trono. O que mostra que a realidade evangélica se expande aos mais diversos locais.

Durante o intervalo para o almoço as pessoas se deslocam para diversos restaurantes nas imediações, mas especialmente para o Minas Shopping, que era próximo ao local do evento. Verifiquei, por meio dos crachás e pastas, que diversos congressistas estavam na praça de alimentação do shopping. Ao abordar um dos grupos para saber de onde era, descobri ser ele de Goiânia. Isso também contribui para mostrar a variedade de origens do fenômeno turístico evangélico.



Foto 61 - Congressista em praça de alimentação do shopping. Identificada pelo crachá do evento. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 62 - Congressista na fila do restaurante na praça de alimentação do shopping. Identificada pela pasta entregue no evento, com o crachá dentro. Arquivo Pessoal. 2005.

Existia uma pessoa do Ministério com Surdos da IBL traduzindo a mensagem para Libras. Além disso, algumas pessoas do “apoio” auxiliavam os deficientes físicos durante o evento. Nesse sentido, percebi que a preocupação no atendimento de pessoas portadoras de necessidades especiais era muito presente entre esse grupo.



Foto 63 - Congressista com deficiência locomotora. Arquivo Pessoal. 2005.

A programação do evento foi muito intensa, começando às 8h da manhã e terminando por volta das 23h, tendo somente intervalos para almoço e lanche da tarde. No domingo, último dia do evento, foi notável o cansaço das pessoas. Muitos já se chegaram no evento, nesse dia, com malas e bagagens.



Foto 64 - Congressista no último dia do evento. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 65 - Grupo de congressistas no Mineirinho com as bagagens. Arquivo Pessoal. 2005.

É interessante notar que o evento conta com um site na internet com informações referentes a ele. Por esse meio, as reuniões realizadas no congresso foram transmitidas ao vivo. Também há um espaço para a participação dos fiéis que queiram enviar depoimentos sobre qualquer fase da programação. A camisa oficial, que foi acima descrita, podia ser adquirida através desse site. Durante o próprio evento foram produzidos dvd's que eram vendidos a R\$126,00, os quais continham as gravações de todos os dias do evento, totalizando sete dvds. Além disso, a transmissão também era realizada através da televisão, pela Rede Super, que fez a cobertura das atividades.

Na ida para Belo Horizonte, na quinta feira pela manhã, ao parar em um “restaurante de beira de estrada” de Barbacena - MG, “Cabanas da Mantiqueira”, parou também um ônibus regular, vindo do Rio de Janeiro com destino a Belo Horizonte, do qual desceram diversas pessoas com camisas que tinham dizeres evangélicos. Ao serem questionadas sobre o destino final da viagem, essas pessoas afirmaram estar a caminho do evento que seria realizado na IBL. Esse fato mostra que esses grupos de evangélicos não consomem apenas na cidade de origem e de destino, mas colabora para a ampliação ou manutenção dos serviços disponibilizados no caminho até a destinação.



Foto 66 - Rapaz do Rio de Janeiro com a camisa oficial do evento indo para o Congresso. Localização : restaurante Cabanas da Mantiqueira, na BR 040, em Barbacena. Arquivo Pessoal. 2005.

3.2.1.4 - Conferência de Fogo e Glória

Ministério Uma Chamada para as Nações.- de 20 a 23 de julho de 2005.

A Conferência de Fogo e Glória ocorre anualmente e já está em sua 13ª edição. É organizada pelo Ministério Uma Chamada para as Nações e é liderado por Dan e Marti Duke, dois missionários norte-americanos que vivem no Brasil. O evento começou em uma quarta-feira à noite e terminou em um sábado pela manhã, sendo realizado nas dependências do Sesc Venda Nova, na região metropolitana de Belo Horizonte. Este encontro costuma realizar-se no mês de julho. Contudo, é comum que no mês de maio já não seja possível inscrever-se por falta de vagas .

Conforme seus organizadores, o objetivo do evento é passar quatro dias completamente ligados a Jesus. O nome dele refere-se a um dos objetivos do encontro para o cristão participante, que é o de “ser transformados de glória em glória.”. A programação não foi pré-estabelecida, pois Dan e Marti Duke buscavam que o Espírito Santo conduzisse o evento, de forma que todos os participantes saíssem dali transformados. Essa idéia evoca os rituais de passagem, em que, após um momento liminar, o fiel é reincorporado em sua comunidade da forma diferente em que começou, sendo levado a assumir práticas e posturas que antes não faziam parte de seu cotidiano, ou que estavam numa ordem diferente. (STEIL, 2003b).

O espaço do Sesc é bem amplo, arborizado e possui quadras, campos, piscinas, salões de jogos, ginásio, restaurantes e chalés, além de prédios para a parte administrativa do Sesc. O evento utiliza de todos os chalés de hospedagem, além dos restaurantes, do Centro Cultural e do ginásio coberto para as reuniões. Na entrada do ginásio, foram montados *stands* para a venda e promoção dos ministérios que participam da conferência, como o Santa Geração⁵⁸ e o Asas da Adoração⁵⁹.

⁵⁸ Conjunto musical liderado pelo pastor Antônio Cirilo, da Igreja Batista de Contagem, com 11 cds lançados.

⁵⁹ Conjunto musical liderado por Cris Tristão, também da Igreja Batista de Contagem, que conta com cerca de cinco cds lançados.



Foto 67 - Vista da entrada do Ginásio do Sesc Venda Nova. Arquivo Pessoal. 2005.

O salão do Centro Cultural era usado como secretaria do evento, onde as pessoas faziam seu credenciamento, recebiam o material auxiliar e a chave do apartamento. O material era composto por uma pasta transparente com o nome do evento, mapas do Sesc, tickets refeição e blocos de anotações e caneta. Todavia, esse material era disponibilizado somente aos participantes que iriam se hospedar no Sesc. Havia também uma pulseira em tons fluorescentes, que eram as credenciais para adentrar ao espaço do evento.



Foto 68 - Bagagens dos participantes do Fogo e Glória, aguardando o credenciamento no Centro Cultural do Sesc. Arquivo Pessoal. 2005.

No Centro Cultural, muitos grupos iam chegando com suas bagagens e aguardando que os líderes das caravanas fizessem o credenciamento do grupo. Enquanto aguardavam o credenciamento, as pessoas cantavam músicas evangélicas. Diversos carros e ônibus de turismo paravam na porta, desembarcando os participantes. Pelo que percebi, a maioria das pessoas iam em grupos para o evento.



Foto 69 - Pessoas aguardando no Centro Cultural para fazerem o credenciamento no evento. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 70 - Ônibus dos congressistas estacionados em um dos espaços do Sesc. Arquivo Pessoal. 2005.

A maior parte dos participantes do Fogo e Glória é composta de jovens de classe média e média alta. Até porque o evento possui um custo mais elevado, que é de R\$ 200,00, incluindo hospedagem e alimentação. Percebi também a presença de muitas famílias, com crianças pequenas e crianças de colo. Era interessante notar que, por já estar em sua 12ª edição, no ano de 2005, muitas pessoas que ali estavam cresceram participando desse evento. Casaram-se, tiveram filhos e continuaram a participar do Fogo e Glória. Muitos pastores também participaram da reunião.



Foto 71 - Participantes do evento. Famílias inteiras. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 72 - Participantes do evento. Arquivo Pessoal. 2005.

As refeições eram servidas no restaurante da piscina e as pessoas se alimentavam de forma conjunta. Não há oração antes de ser servida a refeição, o que marca uma diferença ritualística em relação a outros eventos evangélicos desse tipo. O restaurante era *self-service*, e, estava incluído no ticket refeição um copo de refrigerante e a sobremesa. Nesse espaço, as pessoas dividem as mesas com outras que nem se conhecem. Normalmente, torna-se uma boa oportunidade para se fazer amizades. Os líderes do evento, os preletores e os músicos almoçam junto com os participantes, sem qualquer distinção em relação a outras pessoas. As refeições eram preparadas por uma empresa terceirizada de alimentação, com o sugestivo nome de “El Shaday⁶⁰”.

⁶⁰ Palavra em hebraico que significa Deus Todo-Poderoso, mas que também já se replica em nomes de rádios, gravadoras etc..



Foto 73 - Almoço no restaurante do Sesc. Arquivo Pessoal. 2005.

O ginásio, onde são realizadas as reuniões, tem a capacidade de receber cerca de 1,5 mil a 2 mil pessoas. Além das arquibancadas, foram utilizadas cadeiras plásticas no espaço da quadra para os participantes do evento. O palco estava ocupado com um *banner* do evento escrito “Jesus”. Uma ilha de som e filmagem do evento estava instalada no local.



Foto 74 - Ginásio do Sesc transformado em salão de reuniões do evento. Arquivo Pessoal. 2005.

O grupo trabalha no evento (voluntários) vestia um avental escrito 'Jesus, Servindo vocês, servindo sempre.' Novamente retomando a importância dessa força no turismo evangélico.



Foto 75 - Voluntário com avental escrito: "Jesus, Servindo vocês, servindo sempre." . Arquivo Pessoal. 2005.

Cerca de 80% dos congressistas utilizavam camisas com dizeres evangélicos. Eles se comportavam de maneira bastante informal, inclusive nas reuniões. Muitos jovens optavam por sentar no chão, em frente ao palco, para estarem mais próximos aos ministros que cantavam e palestravam.



Foto 76 - Jovens assentados no chão à frente do palco e pastores sendo ungidos pela ADOQUE. Arquivo Pessoal. 2005.

Verifiquei a existência de muitas manifestações pentecostais, pois as pessoas dançavam e entravam “em sintonia” com o ambiente religioso. Não vi por parte dos ministros nenhuma indução direta à catarse ou ao transe. Eles apenas ministravam as músicas. Entretanto, as pessoas reagiam de maneiras diversas, especialmente com gritos, urros, danças, palmas, choros, pessoas caindo no chão, ajoelhadas e deitadas. Desde o evento no ano de 2003, em que participei, vejo uma certa continuidade nessas práticas dos congressistas. As manifestações religiosas são tomadas de emoção. Lembro-me, de uma moça que me assustou durante as ministrações, pois começava a “quicar” sentada pelo chão. E, essa era apenas uma das muitas manifestações “diferentes” que pude observar. É interessante notar, que esse tipo de estado de “transe” entre os congressistas foi percebido somente nesse evento, nas duas edições que participei, e, também, na primeira edição do Magnificat, em que estive presente. Nos outros eventos, essas manifestações são “mais contidas”. Seriam essas as comunidades emocionais que Maffesoli se refere? (MAFFESOLI, 1996, p. 12)

Assim como no evento descrito anteriormente, no Fogo e Glória, percebi também o uso por parte dos congressistas de bandeiras durante as reuniões. Percebi um rapaz enrolado em uma bandeira da Espanha e uma moça na bandeira do Brasil. Um outro rapaz estava com uma do Brasil em suas mãos. Mais uma vez remetendo ao que foi explicitado sobre a crença da “bênção” enviada através do uso desses elementos simbólicos.



Foto 77 - Pessoas envolvidas com a ministração. Arquivo Pessoal. 2005.

Havia uma moça com a cabeça rapada, a qual parecia adequar-se à prática do voto de Nazireu⁶¹, a qual tem sido bastante comum no meio evangélico. Assim como o uso de pano de sacos, como apresentado na descrição da Clínica Pastoral, o voto de Nazireu é uma prática judaica de “separação” ou “consagração” a Deus. Nesse caso, as pessoas realizam um voto a Deus, de não permitir que se passe a navalha em seus cabelos durante a duração do voto. Após esse tempo, o cabelo pode ser cortado. Já com o apóstolo Paulo, ele havia rapado a cabeça para o voto e a partir daí não permitiu navalha sobre a sua cabeça até que o voto fosse cumprido. É bem comum verificar as bricolagens feitas à fé evangélica, especialmente com a reedição de antigas tradições judaicas.

⁶¹ Em Números 6. 1-21, o Deus dos hebreus estabelece a lei do nazireado. Nesse voto o fiel deveria se abster de vinho ou qualquer bebida forte e de qualquer alimento que viesse de uvas. Também não deveria passar navalha pela cabeça até que se cumprissem os dias para os quais se consagrou a Deus. Essas eram as regras principais, mas outras eram também explicitadas no texto citado acima, como por exemplo, se o nazireu tivesse tido contato com um morto.

O nazireu podia ser consagrado para toda a vida, e assim, deveria seguir as normas estabelecidas em toda a vida. Sansão é um exemplo de nazireu desde o nascimento. Já o apóstolo Paulo, conforme texto de Atos 21.23-24, fez o voto por um determinado período de tempo e para isso raspou a cabeça para que não mais a navalha se lhe viesse, até o cumprimento de seu voto.

É interessante notar que, o rapar a cabeça, é uma prática usual nos rituais de iniciação nas religiões afro.



**Foto 78 - Jovem com a bandeira da Espanha.
Arquivo Pessoal. 2005.**



Foto 79 - Mulher com cabeça raspada. Arquivo Pessoal. 2005.

Em uma das reuniões, o pastor Antônio Cirilo, um dos líderes do evento, soprava nas pessoas que estavam próximas ao palco e elas caíam para trás automaticamente. Através dessas práticas, percebi que esta seja, por vezes, um outro motivo pelo qual estas manifestações são mais ou menos pentecostais nos eventos. O líder, ministro de música ou pastor carismático, influencia diretamente nessas manifestações. Quando pensava no caso do Magnificat, o qual havia se tornado menos “pentecostal” com relação ao ano de 2003, em minha opinião, questionava se isso teria ocorrido pelo fato deste estar sendo realizado num sítio. No evento em questão deste item, percebi que os ministros é que influenciam mais diretamente nessa dinâmica. Seriam, talvez, pessoas que tivessem “mais poder espiritual” ou “menos poder espiritual” que regeriam, interviriam sem rodeios nas práticas pentecostais dos eventos.

Normalmente as reuniões contavam com um momento de louvor que durava cerca de duas horas, interrompidos com leituras bíblicas. Depois eram feitas as preleções. Todas as preleções eram traduzidas para o inglês ou o português. O ministério promotor desse evento é, como foi exposto, composto por alguns norte-americanos que vieram para o Brasil. Assim, para o Fogo e Glória, diversas pessoas vêm de outros países, especialmente dos EUA e do Japão.

Nas pregações são enfatizados temas como santificação e cura. Certas vezes algumas frases ditas pelos líderes eram aplaudidas de pé pelos congressistas. Alguns ministros são chamados para serem consagrados para a associação ADOQUE, sendo que vários de todo o Brasil e também dos EUA pediram para serem ungidos pelo Dan Duke. Para serem ungidos⁶², foram chamados à frente dois ministros do Campo Grande, outros de São Paulo, outros de Joinville, Sorocaba, Sumaré, Santos, São Gonçalo, Macaé, BH, Blumenau etc. Todos haviam sido indicados por um líder (ministro e/ou pastor) e normalmente eram casais ou famílias.

O comércio nesse evento foi bastante intenso. Enquanto não estavam participando das reuniões e entre as programações, as pessoas permaneciam no espaço onde estavam montados os *stands* promocionais e de venda de artigos evangélicos. Os principais artigos vendidos são os daquelas pessoas ou ministérios que estão à frente do evento. Por isso, existia um *stand* especialmente para o ministério Santa Geração, outro para o ministério Asas da Adoração e outro para o ministério Uma Chamada para as Nações, em que eram vendidos além de cds e dvds de música, cds e dvds com mensagens desses grupos, camisas com os nomes dos cds,

⁶² A unção é o ato da aplicação de óleo sobre a cabeça do ungido. Esse ato tem por objetivo dedicar uma pessoa ou objeto a Deus.

No caso específico, essa unção faz com que a pessoa compartilhe a visão da ADOQUE e faça parte desse grupo, como um ritual de iniciação.

livros etc. Um outro *stand* vendia todo e qualquer tipo de material evangélico, especialmente livros e cds de música e de mensagens. Assim como nos demais eventos, os participantes consumiam de forma abundante.



Foto 80 - Congressistas comprando produtos nos stands. Arquivo Pessoal. 2005.

Além dessa venda realizada no espaço do evento, uma das meninas que entrevistei, de Araçatuba, disse que o grupo dela deveria ir de ônibus para o centro da cidade, a uma loja em que os artigos evangélicos são vendidos por um preço mais razoável.

3.2.1.5 - ConfraJovem

Igreja Batista da Lagoinha - de 18 a 23 de julho de 2005

Todos os anos, no mês de julho, a Igreja Batista da Lagoinha realiza o ConfraJovem. Desde o início, há 36 anos, jovens de diversas denominações evangélicas se reúnem para celebrarem a Deus. O objetivo do evento é a unidade, a celebração e o compromisso com Deus. Também dizem buscar transformar as vidas dos jovens através de um encontro com o Espírito Santo.

No ano de 2005, o tema do evento foi “Tomando posse da terra através da família”. Ele foi realizado pela Rede da Juventude⁶³ da IBL e congregou cerca de 7 mil pessoas. O ConfraJovem não tem por objetivo levar pessoas de outras cidades para Belo Horizonte, mas congregar os jovens da capital em um evento anual. Assim, para esse evento, não é necessária a inscrição e também não há qualquer tipo de credenciamento. No pátio da igreja, onde existe uma fonte, foram armadas diversas barracas de alimentação e um telão que transmitia ao vivo o culto que estava ocorrendo no salão principal.



Foto 81 - Telão e barracas de comida no pátio da fonte na Igreja Batista da Lagoinha. Arquivo Pessoal. 2005.

No entanto, apesar de não ser um evento turístico, esse evento também recebe pessoas vindas de outras cidades. Percebi isso ao me hospedar em um albergue da juventude de Belo Horizonte. Tomei conhecimento de que os donos do albergue eram evangélicos presbiterianos e pela intermediação deles havia algumas pessoas no albergue que participavam do ConfraJovem. No albergue, um senhor, trajando camisa com dizeres evangélicos, se apresentou como pastor em São Gonçalo e afirmou estar em férias com a esposa e que aproveitava tal oportunidade para visitar várias igrejas ali. Também afirmou que estava participando do ConfraJovem e me ofereceu carona para a reunião daquela noite.

Creio que nós não éramos os únicos turistas a estarem participando do evento, até porque, durante as reuniões era pedido que as pessoas que não eram de Belo Horizonte ficassem de pé, e um grande número de pessoas se levantavam, cerca de umas 300 pessoas.

⁶³ Nome do ministério de jovens da Convenção Batista Nacional.

Em um dos dias do evento, também esteve presente um grupo de cerca de 20 pessoas de Fortaleza - CE. Na chegada à IBL havia um ônibus de turismo desembarcando um grupo de jovens na igreja. Não consegui ver de onde era. No dia 22 de julho, vi uma mulher com bagagens na igreja, o que indica que poderia haver mais turistas ali naquele evento.

É impressionante o número de pessoas que participaram desse evento. Na segunda feira, às 18h, a igreja estava completamente cheia, especialmente de jovens.



**Foto 82 - Templo da Igreja Batista da Lagoinha completamente cheio.
Arquivo Pessoal. 2005.**

A igreja estava decorada de forma especial, com canhões de luz vermelhas e com um painel interessante de playmobil ⁶⁴, que referia à infância de muitos jovens ali. No painel eletrônico, onde são feitas comunicações, aparecia a frase ‘Sejam bem-vindos à IBL’ em português e em inglês. O evento estava sendo todo filmado, o que levava a supor que estivesse sendo transmitido ao vivo na Rede Super. Os organizadores ficavam uniformizados com um colete da Rede da Juventude. Logo na entrada da igreja, existiam jovens uniformizados saudando a todos que chegavam. Observei flashes de fotos e um “clima descontraído”. Observei que o pastor não vestia terno, mas vários grupos de jovens se encontravam trajados dessa forma e também algumas pessoas mais velhas. Próximo a mim havia um grupo falando sobre “a unção e o fogo” que iriam experimentar ali e falavam também sobre algumas manifestações pentecostais que ocorreram em alguma igreja no dia anterior.

⁶⁴ Brinquedo de criança muito famoso na década de 1980.

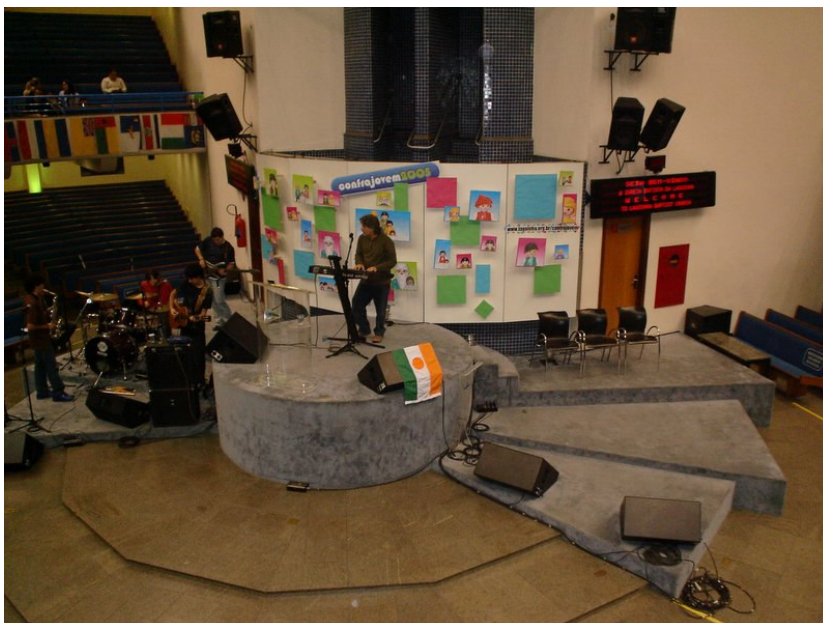


Foto 83 – Pannel do evento. Arquivo Pessoal. 2005.



Foto 84 - Pessoa fotografando na igreja. Arquivo Pessoal. 2005.

Existia uma predominância de jovens de 20 a 35 anos, mas havia também um grande grupo adolescente. Muitas pessoas se vestiam com roupas com dizeres evangélicos ou referente aos produtos da própria IBL – cds, dvds e livros. Existia um grupo diaconal voluntário que mantinha a organização do espaço. Interessante, ainda, é que havia um grupo do ‘Lagoinha *adventure*’⁶⁵, o qual fazia *rappel* na parede da igreja. Assim, a atividade esportiva realizada era adequada ao grupo a que se destinava a programação.



Foto 85 - Diáconos em serviço, com camisa dizendo: “Plantão. Estamos aqui para servi-lo”. Arquivo Pessoal. 2005.

3.2.2 - Os turistas evangélicos

Entendo que conhecer quem é e o que pensa o turista evangélico é algo extremamente importante para a compreensão desse complexo universo, uma vez que toda a estrutura para a recepção, acomodação, alimentação, atração e venda de *souvenirs* somente existe em função desse sujeito. Nesse momento, então, busco apresentar algumas idéias já discutidas no primeiro e no segundo capítulos desse trabalho, agora as apresentando sob uma nova narrativa, a narrativa evangélica.

As entrevistas foram realizadas com os participantes dos eventos já descritos, exceto o Confrajovem. No caso dos quatro primeiros eventos, a dificuldade para a entrevista é grande,

⁶⁵ Ministério da IBL que realiza atividades de aventura como forma de lazer e evangelismo.

devido ao enorme número de atividades previstas durante todo o dia, ficando pouco tempo disponível para que as entrevistas fossem realizadas. Normalmente as pessoas estavam sempre correndo, ou para voltarem à programação ou para irem embora. No caso do Confrajuvem, a entrevista não foi realizada por ser este, conforme já explicitado, um evento não-turístico e por isso, difícil de identificar quem é turista e quem não é.

As entrevistas eram informais, mas seguiam um roteiro anteriormente proposto. As pessoas eram deixadas livres para responder como quisessem. O que se buscava era conhecer como esse turismo ocorre, quem são essas pessoas, como vêm esses eventos etc. Num primeiro momento, busquei traçar alguns dados mais relativos ao turismo, tais como origem, hospedagem, companhia de viagem e forma de transporte, para depois entrar em questões mais voltadas para a religião.

Foram entrevistadas⁶⁶ ao todo 24 pessoas. Desses 24 entrevistados, 14 homens eram homens e 10 eram mulheres. Grande parte destes (18 pessoas) estavam na faixa etária de 20 a 35. Os demais entrevistados foram: cinco pessoas com mais de 35 anos de idade e apenas um com menos de 20 anos. Não quantifiquei o estado civil dos entrevistados, entretanto, o grupo era composto por solteiros e casados. Sobre o local de origem, preferi dividir por estado. Assim, do Distrito Federal foram entrevistadas três pessoas; de Minas Gerais, quatro pessoas; de São Paulo, quatro; do Rio de Janeiro, quatro; do Espírito Santo, três; da região sul, uma entrevistada do Paraná e três do Rio Grande do Sul; da região nordeste, um da Paraíba e outro do Ceará.

Entre os entrevistados do Magnificat, há os que foram de carro, como é o caso de Roger. Ele foi com o pai, que é pastor, em carro próprio para o evento. Deiva e Edméia Willians também foram de carro para o evento, entretanto, não foram com membros da família, mas dividindo o carro com amigos. Nesse caso, dividiram a gasolina para chegarem

⁶⁶ Os entrevistados do Magnificat são: Roger Teodoro, de Bauru – SP, 21 anos; Juliana Duarte, 23 anos e André Duarte, 24 anos, com filhinha de aproximadamente 4 anos, de Brasília – DF; Poliana Machado da Silva, também de Brasília – DF, com 15 anos; Deiva Mota, de Mendes Pimentel – MG, de 25 anos; Rodrigo Loreto da Silva, de São Gonçalo do Sapucaí – MG, 22 anos; Ademir Medeiros de Souza, pastor de Itaperuna – RJ, 53 anos; Rodrigo Leone Nunes Cardoso, de Itabira – MG, com 21 anos; e, Edméia Willians também de Itaperuna – RJ, com 47 anos.

Cândida Silveira, de Cachoeirinha – RS, com 38 anos é a única entrevistada no evento Clínica Pastoral.

Já no Congresso Internacional de Louvor e Adoração, os entrevistados foram: Victor da Costa e Silva, do Rio de Janeiro – RJ, com 19 anos; Tony Venâncio, de João Pessoa – PB, com 30 anos; Vera Lúcia da Silva, de Curitiba, com 50 anos; Murilo Campos e Paulo Rocha, ambos de São Paulo – SP, com 25 e 26 anos respectivamente; Queila da Silva, de Canoas – RS e Jordana Fioretti, de Porto Alegre – RS, ambas com 22 anos; Helder Rafael R. dos Santos, de Resende – RJ com 22 anos; Silas Prado e família (esposa e filha), do interior de Minas Gerais, ele, de 45 anos, Ricardo Matos e Juliana Ferraz, de Vitória – ES, com 22 anos e 24 anos respectivamente; e, Marcílio Damasceno, de Fortaleza – CE, de 34 anos.

Por fim, os entrevistados da Conferência Fogo e Glória foram Fabiano Ribeiro, de 25 anos, residente em Marataízes – ES; e, Patrícia Paula Coelho, de 22 anos, de Araçatuba – SP.

lá. Dois casos dos que foram de carro são curiosos: no caso de Rodrigo da Silva, ele foi para o evento de carona no carro de seu pastor, que estava indo para o Congresso Internacional de Louvor e Adoração do Diante do Trono; o outro caso é de Rodrigo Cardoso, que como ele próprio afirmou “foi pela fé”, pois não tinha dinheiro para pagar sequer uma forma de transporte desde Itabirito - MG. Então ele conseguiu uma carona até Belo Horizonte e de lá conseguiu chegar ao local do evento.

Ainda no Magnificat, diversas pessoas foram em grupos. Entre os entrevistados estavam Juliana, o esposo André e sua filha pequena que foram com o grupo de Brasília. Segundo eles, ao todo, um ônibus e um microônibus deslocaram o grupo até o evento, e era formado por pessoas das diversas igrejas evangélicas de Brasília. Contaram ainda que durante a viagem eles tiveram um problema com o ônibus, que havia “quebrado” e, por isso, os passageiros tiveram que ficar cerca de 7 horas parados na estrada. Durante esse tempo, eles realizaram um culto, o que chamava a atenção das pessoas que estavam na parada de ônibus. Segundo eles, o valor da excursão, organizada pelo filho do pastor da Igreja Batista Shekinah de Brasília, foi de R\$180 e incluía transporte, hospedagem, alimentação e evento. Poliana também era oriunda de Brasília e havia ido com sete amigas de sua igreja para o evento. Já o sr. Ademir, também entrevistado, foi um pastor que levou um grupo de Itaperuna com cerca de onze pessoas. Nesse caso, o transporte foi pago pela igreja.

Na Clínica Pastoral, a única congressista que entrevistei foi do Rio Grande do Sul e havia ido para lá de avião, sozinha. Entretanto, outros congressistas com quem conversei afirmaram ter ido de ônibus regulares e ainda, de trem (Vitória – Minas), alguns sozinhos e outros com amigos e parentes.

No Congresso Internacional de Louvor e Adoração do Diante do Trono, a variedade de formas como as pessoas se utilizaram para chegar lá é grande. Alguns foram em ônibus regular, como é o caso de Victor, de Tony e Murilo. É interessante destacar que Tony havia vindo da Paraíba. Outras pessoas foram de carro. Algumas com amigos dividindo as despesas, como Andréia, Helder, Juliana e Ricardo, e Paulo; e outros com a família, como o caso de Silas. Também encontrei um maior número de pessoas que foram de avião. Nesse caso, Marcílio que havia ido com mais duas pessoas de Fortaleza – CE, Queila e Jordana que estavam com um grupo de sete pessoas do Rio Grande do Sul – de Canoas e de Porto Alegre, e, Vera Lúcia que estava com duas filhas eram de Curitiba.

Na Conferência de Fogo e Glória, as pessoas que entrevistei haviam ido em grupo, sendo uma pessoa em microônibus, o Fabiano, e outra em ônibus, a Patrícia. Segundo ela, “O

moço que organizou a viagem, já é tudo incluído, ele que alugou. Ele é da minha igreja. Veio [gente] de denominações da cidade inteira”.

O tipo de hospedagem utilizada no Magnificat e na Clínica Pastoral era de alojamentos próprios para os congressistas que dividiam o quarto com outros congressistas. Já no caso do Congresso Internacional de Louvor e Adoração, as pessoas costumam se hospedar em pousadas, hotéis e albergues da juventude. Normalmente os albergues da juventude reservam todos os quartos para excursões de igrejas de todo o país, pelo menos seis meses antes do evento. Todos os entrevistados que se hospedavam em pousadas e em hotéis afirmaram que encontraram muitas pessoas que estavam participando do evento também hospedados ali. Paulo e Murilo disseram que o local onde estavam hospedados havia acertado com um grupo de 180 pessoas. A família de Silas estava hospedada na casa de amigos de Belo Horizonte. Por fim, no Fogo e Glória, a maior parte estava hospedada no Sesc, mas também existiam pessoas hospedadas fora dele, como conta Patrícia, que estava com o grupo de Araçatuba em um sítio alugado a, aproximadamente, 40 minutos dali.

Sobre o trânsito religioso, é interessante notar que muitos dos entrevistados vieram de outras religiões. Roger, Rodrigo da Silva, Rodrigo Cardoso e Ademir já foram católicos e haviam se tornado evangélicos. Os demais participantes do Magnificat entrevistados eram de famílias evangélicas e haviam assumido também essa religião. No caso de Cândida, na Clínica Pastoral, ela é luterana e sempre pertenceu a essa igreja. Já no caso do evento da IBL, dos doze entrevistados, apenas Paulo, Queila, Jordana, Helder e Silas eram nascidos “no lar evangélico”. Os demais afirmaram ter vindo do catolicismo, a maioria sendo católicos não praticantes, apesar de Tony afirmar ter pertencido à Renovação Carismática Católica. No evento Fogo e Glória, Fabiano contou ter nascido em um lar evangélico e Patrícia afirmou que sempre foi evangélica, apesar de ter falado que antes de se converter ia muito pouco à missa. Nenhum havia afirmado vir do espiritismo ou de religiões afro-brasileiras.

As denominações as quais pertencem os congressistas são das mais diversas possíveis. Dentre elas estão as do ramo histórico, Presbiteriana, Batista, Luterana e Metodista; as do ramo pentecostal, Assembléia de Deus, Igreja do Evangelho Quadrangular, Igreja do Nazareno, Casa de Oração, Igreja Evangélica O Brasil para Cristo; as do ramo neopentecostal são várias, como Igreja de Deus, Igreja Evangélica Missão Pentecostal dentre outras. A maior parte dos entrevistados é da Igreja Batista. O turismo, nesse caso, assim como a política, a mídia, o consumo e as manifestações públicas é “interconfessional”, uma vez que é na forma genérica de identidade evangélica que cada indivíduo de uma igreja evangélica ingressa e tem visibilidade no espaço público. Talvez essa apresentação pública “multiconfessional” esteja

um pouco na contramão da fragmentação em denominações que caracterizam o campo “protestante – pentecostal”.

Ao serem indagados se era a primeira vez em que estavam participando de eventos evangélicos como estes, a maioria dos entrevistados afirmaram que não, que já costumavam fazer esse tipo de viagem, apesar de irem para lugares mais próximos às suas residências. Alguns afirmaram já ter participado de eventos da própria denominação, como encontro de jovens, outros afirmaram já ter ido às gravações dos cds do Diante do Trono, e outro ainda, afirmou ter participado de um ajuntamento no Mineirão, promovido pelo bispo Edir Macedo. Cândida afirma que costuma viajar para eventos evangélicos, mas “sozinha foi a primeira vez que eu vim para um lugar assim distante, né. Mas MT, SC, PR, RS, é, no sul é comum eu estar viajando.” Patrícia também conta que “visitar outras igrejas, vai assim, de vez em quando , quando vai em, quando o pessoal da igreja vai visitar alguma igreja. No mais, a gente vai nos eventos que tem na cidade, né, vai em intercâmbio de Quadrangular, cada mês um culto em uma. E eu fui em Três Lagoas, no David Quilan também.”

Quando perguntados sobre como foi a preparação para participar dos eventos, grande parte afirma que se preparou através da oração. Algumas pessoas disseram ter realizado jejuns. Também ouvem músicas e assistem a DVDs, como Patrícia revela em sua fala: “As outras pessoas eu não sei. A gente sempre dá uma preparada, né, antes. Ora. Eu não jejei, porque eu tava tomando remédio e não podia. Mas eu me preparei. Orei, ouvi música, assisti DVD, faz uma preparação legal, sabe.” Mas costumam referir-se a consagração quando questionados sobre a preparação. Silas afirmou que como preparação eles tiveram 40 dias de jejum com toda a igreja, no sentido de buscar uma vida com propósitos⁶⁷. Apesar disso, oraram muito antes de ir, pois para eles as “circunstâncias” não pareciam permitir que participassem do evento. Algumas pessoas foram aos seus pastores para pedirem a bênção (permissão da autoridade) para participarem dos eventos. Cândida faz um breve relato da preparação para sua ida à Clínica, conforme trecho a seguir:

‘Realmente foi uma bênção. A minha expectativa maior era com relação à cura interior, né, e , você vê assim, o prazer de, no final da viagem encontrar com o pastor que ia ministrar cura interior no aeroporto. E como aconteceu um probleminha que a pessoa que tinha que nos buscar custaram para chegar, então nós ficamos conversando uma hora e meia, só nós dois no aeroporto. Isso foi assim, maravilhoso para mim. Foi um presente de Deus. Não dá nem para medir o tamanho do presente. Daí as expectativas assim, eu tinha uma preocupação grande com o quarto que eu ia ficar, porque eu vim sozinha, tinha preocupação quem estaria comigo e isso tudo eu vejo um presente de Deus, que Deus supriu de uma forma de novo, surpreendente. Eu vejo assim, que

⁶⁷ Com base no livro de Rick Warren, Uma vida com propósitos, as igrejas evangélicas brasileiras têm realizado seminários sobre o tema e realizado atividades referentes ao livro.

minhas orações, toda a minha preocupação, Deus falou ‘Entrega o teu caminho ao Senhor, confia nele e o mais Ele fará’ isso antes de eu embarcar no avião, Ele falou para mim. E todas as coisas que eu fui entregando na mão dele, e confiando o Senhor foi abrindo as portas e dando condições para que cada coisa fosse acontecendo da melhor forma possível.’ ‘Estamos orando lá há um mês para essa vinda, como eu falei eu tinha muitas expectativas, tanto que aqui do RS, só tem duas pessoas, eu e um outro pastor. E por ser tão longe e pelas dificuldades de chegar até aqui, eu tinha muitas expectativas. Nós tivemos na igreja um jejum de 7 dias, só com jantar, e nesse jejum, que é pela igreja, por essa questão da separação da denominação. E por justamente, algumas questões de cura interior, que eu to atendendo, e são questões muito difíceis, nós estávamos colocando na presença de Deus, em jejum e oração, principalmente para a cura dessas pessoas. E essa viagem foi incluída dentro do meu jejum e da minha oração para que Senhor estivesse abrindo as portas.’

Os motivos que levaram as pessoas a participarem do evento foram muitos. Para Roger, a motivação que o fazia estar ali era a de encontrar Jesus. Como líder de louvor de sua igreja, ele buscava levar algo daquele evento para lá. Ele gostaria de “contagiar” a sua igreja com aquilo que ele estava experienciando naquele lugar. Destacou que o que mais o intrigava nesse evento era a forma como as pessoas cultuavam a Deus. Para ele, elas tinham total disposição em adorar.

Já André afirma que foi ao Magnificat pois havia ouvido alguém fazer propaganda lá em Brasília sobre o evento. Tanto a sua esposa Juliana quanto ele tinham a expectativa de que no evento “Deus falaria com eles”.

Poliana teve como principal motivação para a viagem o de revigorar sua fé. Ela foi em busca de um renovo. Sentia-se muito desanimada e não podia se contentar com isso pois já havia experimentado coisas tremendas com Deus. Então, resolveu ir ao evento para que “Deus voltasse a agir em sua vida de forma tremenda”.

Rodrigo da Silva conta que o que o levou ao evento é que para ele, quanto mais se aprende, mais se quer aprender. Ele separou esses dias para ser abençoado e para abençoar os demais.

O pastor Ademir revelou que o que o motivou estar nesse evento era trazer os jovens da igreja, cerca de 11. Ele acredita muito na juventude e gostaria que eles tivessem essa experiência para ajudar a levar uma renovação à sua igreja. A igreja que ele está é muito tradicional em algumas coisas e precisa de passar por essa renovação.

Rodrigo Cardoso assevera que sua motivação para estar no evento é de que aquele era um evento de adoração. Para Rodrigo, nesses eventos as pessoas têm muito a ganhar, pois as mensagens e o louvor fazem esquecer as demais coisas.

Cândida conta o que a motivou:

A minha motivação é realmente aprender mais. Ouvir mais. E também uma motivação pessoal de receber de Deus algo também mais. Na verdade, eu sabia que nesse evento ia se falar sobre cura interior, ia ser palestrado sobre isso, e eu tinha real vontade de saber mais sobre esse assunto pois eu já tenho ministrado cura interior. Para mim eu entendi que seria um curso a mais para fazer.

É como se fosse uma reciclagem. No convívio com muitas pessoas, é, tendo assim, o mesmo crer e a mesma vontade de estar juntos, cantando, louvando ao Senhor, ouvindo testemunhos, vendo que lá no local em que eu participo, acaba sendo igual ao lugar que outras pessoas participam, e quando a gente se junta, é a mesma fé, o mesmo Senhor, é o mesmo louvor, a mesma adoração, aquela vontade de estar juntos. Isso é o real motivo. Até assim, que a gente organiza eventos, né... esse também é o motivo de estarmos organizando eventos, de estarmos juntos.'

Victor estava indo para o Congresso Internacional de Louvor e Adoração também com o intuito de aprender muito sobre a temática do evento e buscar conhecer o chamado de Deus para ele, buscar saber em que ele deveria servir em sua igreja. Esse discurso foi reproduzido por outros participantes desse mesmo evento.

Vale destacar a motivação que levou Helder a ir ao evento. Ele resolveu participar pela “propaganda” que uma amiga de Brasília fez e por causa da unção do Diante do Trono.

Patrícia conta que,

‘A primeira coisa assim que vem, eu falo assim, ah eu vou lá, que eu vou receber uma... não que seja assim, que aqui não tenha, que na minha cidade não tenha, mas é que às vezes você precisa sair, para buscar uma coisa nova, para você ta chegando lá e estar passando uma coisa nova também para os seu amigos da igreja, não só da igreja mas da escola e tudo. Então você procura assim, vir para ter uma coisa a mais, para ta aprendendo cada vez mais.’

Fabiano, que estava participando do evento Fogo e Glória, complementa a lista de motivos que levavam as pessoas a viajarem para esses eventos. Segundo ele,

‘A caravana que veio com a gente, veio um pouco de pessoas que vem para ver, sabe. É tal tal. Eu, sinceramente, venho mesmo para receber... O que me motiva é que tipo assim... quando você ta fazendo um trabalho, você sozinho. Vou dar um exemplo de uma parede. Você tem que quebrar uma parece. E, você sozinho quebrando ela, você vai demorar a quebrar ela. Você com o grupo ela vai ser derribada com mais tempo, menos tempo. Então uma pessoa, um montão de gente, 1500 pessoas buscando a Deus, acho que Ele fica... acho que Ele desce, entendeu? Eu penso assim. Então, onde tem gente buscando, onde tem gente, assim, um mover. Sabe, um evento assim, não para vir ver, por exemplo, o meu colega que veio junto comigo, veio dois para ver David Quilan, e, ele não vai ta aqui. Você entendeu? Ele ta totalmente arrasado, porque tipo assim, já fez o cara um ídolo. Ta entendendo. Eu não. Eu vim, fecho o olho, adoro e recebo. Queria receber mais, mas não cabe a mim. Deus sabe todas as coisas.’

Após buscar compreender os motivos de participar dos eventos, também busquei saber se eles achavam que em Belo Horizonte ocorria algo de especial em termos religiosos para que esses eventos ocorressem ali e eles terem se deslocado de suas cidades para lá.

Patrícia não acredita que o que ocorre na capital mineira seja algo especial que só ocorre lá, opinião compartilhada por Fabiano. Ela conta que:

‘Eu acredito que o mesmo mover que está acontecendo em Belo Horizonte, que tem nesses eventos em Belo Horizonte, nas igrejas em Belo Horizonte está espalhado para o Brasil inteiro. Eu acho que não é só aqui. Acho que está espalhado sim. Eu vejo lá pela minha cidade, eu tiro pela minha igreja, porque a gente tem um avivamento, tem um poder muito forte na nossa igreja. Então, creio eu que não é só aqui que a gente, em todo lugar que tem gente reunido para falar de Deus o mover estar lá.’

Mas a maioria dos entrevistados consegue vislumbrar em Belo Horizonte algo especial. As jovens do Rio Grande do Sul, Queila e Jordana, acreditam que Belo Horizonte tem um “mover de Deus” especial e por isso não é a primeira vez que iam para um evento ali. Rodrigo da Silva, que foi de carona com seu pastor, conta que eles se organizaram de forma a não perder nada do que ocorre na capital mineira durante a Semana Santa, dividindo em dois grupos, os que estão no Magnificat e os que estão no Congresso Internacional de Louvor e Adoração do Diante do Trono. Para Poliana, Belo Horizonte é referência em termos de louvor, música. André e Juliana acham que Belo Horizonte passou a chamar mais atenção a partir do fenômeno IBL em todo o Brasil. Vêem Belo Horizonte como um lugar estratégico para o “mover de Deus” em todo o Brasil pela questão geográfica. Por ser central, a distância é relativamente próxima para os mais diversos cantos do país. Roger completa as colocações sobre a compreensão do fenômeno evangélico em Belo Horizonte, dizendo que a cidade tem “um ‘clima’ espiritual agradável. Como se fosse uma cidade mais leve espiritualmente.” Para ele, Belo Horizonte é uma referência em adoração. Ele disse que nesse lugar as pessoas não se incomodam com o que o outro vai pensar dele, mas se entrega completamente a Deus, sem medo e sem vergonha. Encerrou sua fala pedindo: “Deus, leva essa unção que tem em BH para Bauru”.

Procurei ainda, conhecer a importância que têm esses eventos na vida dos seus participantes. Busquei saber o que muda em suas vidas após o evento e como isso é estendido às suas comunidades locais.

No caso dos participantes do Magnificat, Roger afirma que vai para esses eventos pois percebe que começa a desenvolver uma vida de intimidade com Deus, uma maior santificação e um maior crescimento espiritual. Para ele, as mudanças que observa em sua própria vida é especialmente uma mudança no caráter. Entende que é “aperfeiçoado o caráter de Cristo”⁶⁸ em

⁶⁸ O Caráter de Cristo é tido como a expressão das qualidades e características apresentadas por Jesus, tais como santidade, domínio próprio, mansidão, fé entre outros.

sua vida”. Na família dele, ocorrem inclusive mudanças financeiras positivas depois de participarem dos eventos. Afirma, ainda, levar à igreja novas experiências. Juliana e André destacam que o mais interessante é a diversidade de pessoas e a comunhão que ocorria no evento. Já Poliana insiste que esse evento permite a renovação espiritual, um reavivamento de sua fé, uma vez que ela se sentia “fria” espiritualmente. Também afirma que o evento permitiu, além de aproximá-la de Deus, aproximar dos amigos que estavam participando do evento. Deiva acredita que esses eventos permitem uma divulgação dos ideais evangélicos, abrindo espaço para o evangelismo e para a comunhão. Costuma observar que ocorrem mudanças em sua vida e em sua própria igreja através das idéias apregoadas nos eventos. Rodrigo da Silva conta que levará do evento uma maior edificação, crescimento, enchimento do Espírito e uma multiplicação dessa manifestação lá em sua igreja. Ele foi ao Magnificat com a intenção de buscar, para levar adiante, as bênçãos dali. Ademir também afirma que deseja levar mudanças para a igreja local, mas sem gerar choques e divisões. Rodrigo Cardoso explica que nos eventos “se sente como se tivesse sido arrebatado”. Edméia é a única que afirma ser difícil levar para sua igreja o que ela vê no evento. No entanto, ela diz que sempre que se tem um cargo, uma função na igreja, “acaba passando essas experiências”, que é o que ela acredita que ocorrerá.

No caso da Clínica Pastoral, Cândida conta que,

‘Cada vez que a gente volta de um retiro, por menor que seja, a gente volta com aquela expectativa de colocar em prática o que nós ouvimos. E isso é muito gostoso. E quando chega em casa, muitas vezes, o diabo ainda usa uma pessoa para vir com um extintor de incêndio, para tentar apagar o fogo que tu recebeu lá nesse lugar. Mas a gente já tem que ir orando antes para quando chegar em casa, chegar tranquilo, já sabendo que o diabo pode atacar nesse sentido. Mas eu vejo realmente muita mudança. Tanto na minha vida, quanto na vida daquelas pessoas que estão junto. Só não existe mudança, quando a pessoa vai assim, mal humorada, querendo arranjar um bom conforto no lugar, querendo que tudo esteja assim de acordo com que a pessoa quer. Aí a pessoa volta ainda mais angustiada, irritada, aborrecida. Mas se a pessoa está com o coração aberto para receber do Senhor, não tá em casa, né, claro que não vai tá na melhor cama, no melhor quarto. Sempre tem um pozinho a mais, uma coisinha, né, fica com o pé apertado no sapato o tempo todo. Esse tipo de coisa. Mas com certeza há uma mudança muito positiva se a pessoa abre o coração para ouvir a palavra do Senhor’.

‘Eu me senti muito bem. Assim, eu achei até, estava preocupada com isso, porque eu me senti sozinha, porque não vim com ninguém e logo no início encontrei amigas, pessoas que eu me senti muito bem e que a gente sai com uma certa saudade, com uma vontade de quero mais, e quem sabe daqui a alguns meses a gente pode se encontrar de novo. Alguma programação juntas, quem sabe um casamento, ou alguma coisa assim, ou alguma coisa evangelística e assim, eu levo muitas coisas. Muita coisa que eu ouvi. Muito. Uma bagagem bastante grande. Principalmente do grande amor de Deus comigo. Me senti muito amada, muito cuidada. Em tudo assim eu vi a mão do Senhor assim agindo. Até no nosso passeio, senti por exemplo assim, essa oportunidade de ir até a Lagoinha como um presente maravilhoso de Deus, que eu não esperava. Foi a parte fora da expectativa. E outras coisas também. O que eu não gostei muito do evento foi o louvor muito alto e que a gente não conseguia acompanhar as letras, onde o som dos instrumentos, né, o som musical era mais alto que a letra. E eu não conseguia meditar

muito nisso e aí isso começava a me cansar. Essa é uma parte que eu realmente não gostei. Fora essa parte, coreografia, teatro, ministrações, pregações tudo maravilhoso.’

Destaquei quatro opiniões a respeito desse tema entre os participantes do Congresso Internacional de Louvor e Adoração. Paulo afirma que os congressos em que participou transformaram a sua vida e que essa transformação só ocorre de acordo com a postura do congressista. Já Queila e Jordana contaram que o evento foi muito marcante, especialmente na questão do chamado de Deus para as suas vidas, que é o louvor e a dança. No caso de Helder, ele viu essa viagem como um investimento em sua vida e por isso já havia decidido participar desse evento desde o início do ano. Ele afirmou que as mensagens pregadas foram direcionadas para a vida dele. Silas e sua família evidenciam que os eventos têm colaborado em tudo na vida deles, especialmente no ministério. Assim, acredita que levarão mais coisas (espirituais) para a igreja deles.

Em se tratando da Conferência de Fogo e Glória, Fabiano afirma que,

‘Eu, eu costumo ver uma mudança na área de receber mais de Deus. Então aquilo entra dentro de você. Você costuma ver as coisas de outro jeito. Por exemplo, eu sou casado. Saí de casa. Estou voltando, já vou voltar de uma maneira totalmente diferente. Sabe. As vezes que eu tinha menos paciência com a minha esposa, eu vou adquirir mais. Na minha vida tem sido tremendo... qualquer mover, qualquer... na minha igreja Deus tem restaurado. Eu adoro, cara. Eu gosto muito. Se eu pudesse ir em todos eu iria.’

Sobre a visão a respeito da importância do evento para sua vida, Patrícia diz que,

‘Eu acho que ele é importante. Porque tudo que você, é uma experiência em cada lugar que você vai, é uma experiência nova. Então você tá, você tá crescendo. Então isso é bom para não só para fortalecer, porque você tá sendo fortalecido todo dia, mas te ajuda a crescer, ter experiência nova para poder passar uma coisa nova também.

Eu acho assim, apesar do ano passado estar mais lotado né, mais cheio que esse ano. Mas assim, o mover foi o mesmo, a mesma intensidade. Assim, quem buscou achou, quem veio para olhar veio e saiu do mesmo jeito. Mas assim, o nosso foi legal que a gente saiu daqui no último dia, a gente saiu daqui e o pessoal foi arrastado até o ônibus, a gente saiu do ônibus, a gente saiu daqui, a gente tava chegando mais ou menos em Birigui, uma cidade antes da nossa. Foi todo mundo daqui até lá no Espírito. O povo sentava no posto para comer, um pegava o prato, o outro já começava a rir, o outro começava a orar em línguas dentro do posto. Mas assim, foram 12, quase 13 horas de viagem todo mundo na unção. Foi da tarde até a madrugada.

Eu acho que o mais importante de tudo é você sentir essa unção. você cada dia é uma unção diferente. Cada dia é um conhecimento diferente. Então, eu vou levar, assim, as palavras ficaram uns pedaços ficaram bem... que nem a de hoje do pastor Cirilo, hoje foi ... (suspiro) fica, fica aquela experiência, aquela coisa que você aprendeu. O que você ouviu, as músicas que você ouviu, tudo vai.’

Na temática do pentecostalismo ou das manifestações pentecostais, não percebi muita resistência em nenhum dos eventos. No entanto, vale apresentar o que os entrevistados afirmam sobre essas manifestações, especialmente nos eventos.

Começando pelo Fogo e Glória, Patrícia conta um pouco de sua experiência com essas manifestações.

‘Na primeira vez que eu fui, eu via o pessoal caindo, eu falava gente, que que é isso, né? Daí assim, eu comecei a ir mesmo, logo no comezinho. Aí eu fui começando a entender, você vai aprendendo, aí você acaba percebendo que aquilo ali é uma coisa normal, que aquilo lá é o agir do Espírito. Então, não é uma coisa assim, do nada acontece, é uma coisa assim, movida pelo Espírito. Para mim é uma coisa assim normal, você pular, você dançar, você bater palma, gritar, para mim acaba sendo normal por causa do jeito que é a minha igreja também.’

Fabiano tem opinião um pouco diferente de Patrícia.

‘Hoje não choca mais não. A primeira vez que visitei a igreja do Cirilo eu fiquei maluco, sinceramente, eu não conseguia adorar porque eu fiquei, sabe, com os olhos fitados nas pessoas. E hoje eu entendo que Deus se manifesta da forma que Ele quer. E eu não fico querendo que Ele se manifeste comigo da mesma forma que Ele está se manifestando com o meu irmão. Eu peço uma experiência nova. Cabe a Ele me trazer. Com relação aos dons de línguas, essas coisas, não sou contra, mas também não me interessa buscar. Eu prefiro mais a santidade, o confronto do pecado, renúncia, submissão, essas coisas me atraem mais.’

No Congresso Internacional de Louvor e Adoração, a opinião é mais uniforme sobre o pentecostalismo. Entre os que responderam a pergunta, Silas e sua família concorda com as práticas pentecostais e eles as vêem de forma positiva, especialmente em relação à idéia de celebração conjunta a várias igrejas, como é o caso dos eventos. Helder também concorda com as práticas do pentecostalismo.

Com referência às práticas pentecostais encontradas no evento Clínica Pastoral, Cândida faz sua colocação:

‘O que acontece assim, normalmente eu to na liderança dos eventos, normalmente eu to programando eventos, estou a frente de uma forma ou de outra. E dessa vez eu to participando como, assim, como simples participante. E para mim é muito bom ver, assim, o outro lado, né. O lado de ser uma pessoa normal. Miriane, eu venho de uma igreja luterana tradicional, mas já há muitos anos tem um avivamento muito forte. Inclusive nós estamos saindo agora da denominação tradicional, para essa, para uma nova igreja avivada. Então todos esses fenômenos que acontecem para nós estão dentro da normalidade. Claro que para nós, o Espírito Santo age de diversas formas e Ele, com certeza, é surpreendente sempre. Mas todas essas coisas são normais para nós e nós realmente gostamos e queremos estar participando enquanto tiver a ação do Espírito Santo presente.’

Por último, apresento as opiniões dos participantes do Magnificat sobre o pentecostalismo. Todos os entrevistados crêem nas manifestações do Espírito Santo. Ademir e

Rodrigo da Silva destacam que essas manifestações dependem do “quebrantamento”⁶⁹ e da forma que a pessoa se prepara para o evento. Mas durante a conversa, Ademir critica os membros de sua igreja que eram mais tradicionais e que não aceitam com facilidade as manifestações pentecostais. Poliana afirma que para ela, “as manifestações do Espírito são maravilhosas”. Juliana e André dizem que o pentecostalismo faz parte, e o vêem como “um consolo do Senhor nesses últimos tempos”. No entanto, destacaram que tudo deve ser feito com muito equilíbrio e discernimento. Roger disse que esse é um assunto complicado em sua cidade de origem, mas que ele próprio não tinha nenhuma restrição. Ele crê naquelas manifestações e acredita que ainda verá muito mais manifestações sobrenaturais da parte de Deus. Ele destacou o termo “altar de Deus”, que é onde ocorrem os milagres, as curas e a glossolalia. Para ele, nos eventos, desde que se esteja no “altar de Deus”, essas “coisas” ocorrem naturalmente.

A respeito do tema do consumo, primeiro foi perguntado sobre o quanto estavam prevendo ou estavam gastando para participar dos eventos. Nesse primeiro caso, o que busquei é verificar a movimentação financeira em termos turísticos, principalmente. Depois, procurei verificar como se dá o consumo desses turistas, buscando informações a respeito da causa de comprarem o que compram e da percepção dos fiéis a respeito do assunto no meio evangélico.

Como percebido no item sobre os eventos, foi possível verificar que em todos os eventos havia espaços para consumo de produtos. Essa oferta acabava por gerar certa demanda pelos mesmos.

No caso do Magnificat, onde a banca de venda de produtos se localizava no salão de reuniões, as opiniões variaram pouco. Roger disse não conseguir estimar o quanto estava gastando para estar ali, mas que tinha reservado cerca de cem reais para adquirir produtos evangélicos. Para ele, o consumo de produtos evangélicos faz parte da espiritualidade. Ele destaca que quando se consome algum artigo desses, além de ser abençoado, o crente também abençoa o ministério daqueles que produzem esses artigos, como cantores, pastores, escritores e outros. Ele não se incomoda com a venda desses produtos nos eventos, pelo contrário, para ele é fundamental.

Juliana e André contam que gastaram, cada um, cerca de R\$180,00 pela excursão para o evento, que incluía transporte, hospedagem, alimentação e evento. Tiveram muitas dificuldades financeiras para poderem estar lá uma vez que não possuíam muitas condições.

⁶⁹ Quebrantamento é um estado de contrição, ou seja, é um sentimento pungente de arrependimento por pecados cometidos e pela ofensa a Deus, menos pelo receio do castigo do que pelo amor e gratidão à divindade.

Viam a viagem como um milagre e presente de Deus para eles. Perguntados sobre o comércio de artigos religiosos, eles disseram achar interessante pela imagem que se passa. Eles se consideram pessoas que normalmente são abençoadas e por isso já haviam adquirido uma Bíblia e cd, mostrando a importância do recurso financeiro e da compra para eles. Para eles, através desse material dos preletores, pode-se aprofundar mais nos assuntos que dizem respeito à vida cristã. Normalmente costumam comprar esses produtos, pois, para eles, estes evangelizam e identificam. Entretanto, fazem uma ressalva: o comércio dentro do salão de culto atrapalha, pois “mistura as coisas” e tira a atenção. Dizem que sempre tem uma pessoa que sobrevive financeiramente do comércio e assim, ao comprar eles acreditam abençoar ao vendedor e ao autor do produto comprado. Pensam durante o evento em adquirir também camisetas evangélicas.

Poliana pretende gastar no total da viagem cerca de R\$ 250. Para ela, o consumo de artigos religiosos é um alimento para a fé. Antes um pouco da entrevista, observei que ela abria um cd novo do ministério Santa Geração que acabara de adquirir.

Deiva também ressalta que, para ela, consumir produtos evangélicos serve para sua edificação e para seu crescimento espiritual. Por isso, costuma consumir esses produtos em sua cidade e já havia adquirido livros nesse evento. Pretendia gastar mais ou menos R\$ 300,00 para todo o evento.

Rodrigo da Silva corrobora as afirmações anteriores ao contar que esse consumo contribui para o desenvolvimento da fé. Ainda não havia adquirido nenhum produto, mas gostaria de adquirir uma camiseta do evento. Contudo, ele foi ao evento financiado por sua igreja local, que deu a ele R\$200,00. Como já havia gastado R\$175,00 com transporte, alimentação, hospedagem e o evento, só restariam R\$25,00 para gastar com despesas próprias, na cantina ou na compra de artigos evangélicos.

Perguntado sobre a temática dos gastos, Ademir afirma que a igreja havia “patrocinado” o transporte. Então ele não teve nenhum gasto com transporte, mas sim com hospedagem, alimentação e o evento. Ele não havia comprado ainda nada no evento, mas pretendia comprar, pois já é consumidor de produtos evangélicos. Para ele, esse comércio é uma forma de divulgar o nome de Jesus e mostrar que não tem vergonha de dizer que é evangélico.

Rodrigo Cardoso tem a mesma opinião dos demais a respeito do consumo. Para ele, o consumo ajuda na espiritualidade. Entretanto não havia comprado nenhum produto mas pretendia levar uma camisa. Contou que pretendia gastar em toda a viagem R\$105,00, sendo que R\$ 75,00 somente para o evento, a hospedagem e alimentação. Afirmou que só não

costuma consumir produtos evangélicos por não ter dinheiro para isso. Mas se ele tivesse, “viveria comprando esses produtos, especialmente cds e livros”. Ele diz que normalmente os testemunhos de pessoas através de livros e de vídeos ajudam na sua fé. Para ele, “a Bíblia é o principal”, conforme afirma.

Edméia pensou em gastar cerca de R\$150,00 para estar ali durante os três dias de evento. Sobre o comércio de artigos religiosos, ela concorda que seja feito, desde que seja sem insistência e sem abusos. Ela mesma costuma comprar livros e já comprou cds nesse evento.

Cândida, conta que gastou cerca de R\$1000,00 para estar no evento. Ela, além de comprar produtos para si, também comprou lembrancinhas para os seus parentes e, ainda estava levando produtos para a igreja.

‘ É, o povo de Deus precisa se identificar, né. Muitas vezes a gente só de olhar a gente já enxerga, bah, aquele ali é irmão. Às vezes, forma de agir. Até quando ta fazendo uma oração na mesa de um restaurante na rua, né, a pessoa até identifica. Mas se tu tem um produto, né, por exemplo, uma camiseta que está escrito alguma coisa que, que chame atenção, no sentido assim, bah, aquele lá é irmão. Fica mais fácil. Até se a gente tem que se dirigir a alguém, a gente vai se dirigir a ele, né. Então, eu creio que realmente é importante. Em casa, por todos os cantos que se olha na minha casa você vai encontrar quadro, pratinhos escrito alguma coisa... vai encontrar vários itens desses, né, de consumo, justamente que a gente compra material evangélico para estar identificando a casa e também abençoando a nossa vida. Porque tem horas assim que a gente coloca uma camiseta então, que nem chama atenção. Mas tem hora que o nosso coração ta machucado, e tem alguma coisa que está nos afligindo e tu vai e lê aquela mesma camiseta e o Senhor fala através da palavra. E a gente sente consolado e abençoado por isso.’ ‘Como eu falei, nós temos essa banca de vídeo, né, que é para alugar, e eu sou a compradora dos vídeos, e então eu faço questão que a igreja tenha por um preço bem em conta, né, porque o aluguel só é irrisório, para poder novamente comprar mais pois vai estragando com o tempo. E a gente vai comprando e colocando a disposição do povo. E eu sou, tenho filhos e as minhas crianças gostam muito de assistir direto tanto vídeo como dvds. Elas assistem fitas, é, cds, elas assistem direto.’

No evento do Mineirinho, o comércio é bastante intenso e isso contribui para um maior consumo pelos turistas. Também, o próprio evento promove esse comércio através da internet, com a venda de camisas oficiais, através da venda dos dvds gravados no evento, além de produtos da grife Diante do Trono. Ainda existe o comércio paralelo que também contribui para esse consumo intenso.

Victor, que estava trajando a camisa oficial do evento, informou que costuma consumir os artigos evangélicos, especialmente vídeos, camisas e cds. Tony que estava prevendo gastar cerca de R\$150,00 disse querer adquirir os produtos que estavam sendo vendidos no evento, especialmente itens de música. Vera contou estar gastando cerca de R\$1500,00 com ela e as duas filhas que estão no evento. Ela costuma consumir produtos evangélicos em sua cidade e pensava em comprar algo no evento. Paulo e Murilo pretendiam

gastar, com todas as despesas do evento, entre R\$300 e R\$350. Eles costumam comprar produtos com moderação, mas ainda não haviam consumido nenhum produto no evento. Entretanto, pretendiam o fazer. Costumam comprar dvds, cds e fitas de vídeo com pregações. Queila e Jordana contaram que estavam gastando, cada uma, cerca de R\$1000,00 e R\$1500,00 com a viagem. Elas costumam consumir produtos evangélicos e vêem o consumo de forma positiva, uma vez que ajuda na confirmação da fé. Mas acham que deve haver equilíbrio nesse comércio. A família de Silas estava gastando cerca de R\$500,00 e entendiam que o consumo ajuda na divulgação da fé evangélica e os livros e cds edificam. Marcílio estava gastando cerca de R\$1500,00 com a viagem e havia adquirido camisas, cds, dvds e livros.

Já Helder contou que gastara cerca de R\$300,00 e que não havia adquirido e nem iria adquirir qualquer produto no evento. Entretanto, não era contra a venda de artigos, pois para ele isso ajuda na vida espiritual. Ricardo e Juliana também não compraram produtos no evento, apesar das pessoas que estavam com eles terem consumido. Juliana concorda com o comércio de produtos evangélicos, mas Ricardo não. Para ele há uma mistura de coisas. Ela argumenta que a venda de artigos permite a influência do Espírito Santo. Ambos pensavam em gastar, cada um, cerca de R\$300,00. Da mesma forma, Andréa acredita que o comércio de artigos religiosos é válido e costuma comprar muitos livros e cds. Entretanto, não adquiriu e não sabia se iria adquirir algo no evento. Estava gastando cerca de R\$400,00 com o evento.

Fabiano e Patrícia, que participavam do Fogo e Glória contam o seguinte:

Porque o livro mais interessante é a Bíblia, mas às vezes você quer alguma coisa que identifica mais com você, tipo área de administração, então você procura. E tem me ajudado, os livros, os cds...

Os artigos comprados não têm a ver com o evento diretamente. Eu não compro porque ouvi uma música, por exemplo, mas já costumo consumir esse tipo de artigo em minha cidade. (Fabiano)

Bom, como tá tudo incluído, eu paguei pouco, ida/volta, comida. Agora, para gastar aqui, mais ou menos, depende do que vai comprar, vai ficar em torno de cinquenta reais, por aí.

Eu acho assim, que nem tanto pelas camisetas, que camisetas acabam sendo apenas um acessório, né, que você quer colocar, quer que as outras pessoas vejam. Agora o cd, acho que até ajuda, na hora que você tá lá, na hora da adoração você coloca o cd, isso te ajuda a fortalecer. (Patrícia)

Assim, está apresentado quem são, o que pensam e como se comportam uma pequena amostra do turismo evangélico em Belo Horizonte.

3.3 - Turismo evangélico em Belo Horizonte: uma análise

Diante dos fatos e dados apresentados podemos ter um breve vislumbre do turismo que atualmente é realizado pelos evangélicos, especialmente para a cidade de Belo Horizonte. Assim, com base nos dados colhidos em campo, buscarei realizar uma análise a respeito desse turismo, fundamentando-a nas teorias elucidadas no primeiro e segundo capítulos dessa dissertação.

Um dos pontos percebidos na pesquisa é sobre a presença de líderes carismáticos como atrativos turísticos. Ou seja, a forma como a utilização de importantes pessoas no meio evangélico influencia diretamente a opção por determinado evento. Em grande parte das vezes, esses pastores ou cantores são os grandes chamarizes ou atrativos do evento evangélico. Observei que muitas pessoas participam desses eventos para conhecer e receber as ministrações desses pastores/cantores. Do mesmo modo, verifico que o turismo vem “sacralizando” essas pessoas, a ponto de se tornarem capazes de serem “objetos” de consumo, quer através de viagens, livros, cds, dvds e outros, numa via de mão-dupla.

Continuando no sentido do consumo, o que observo é que nesse tipo de turismo, assim como nas demais formas de viagens, a compra de *souvenir* é algo corriqueiro. Nesse caso específico, o que é palpável é que os *souvenirs*, enquanto lembranças das experiências ali vividas, têm uma “aura” religiosa. Somente a compra desses produtos evangélicos é que permite referir-se de fato a essa viagem religiosa, como uma lembrança do local visitado. É interessante destacar a aproximação dessa prática evangélica ao catolicismo e suas romarias. Nesse intuito, os organizadores desses eventos criam diversas opções para que o fiel possa consumir. Por exemplo, através da criação de uma camisa com referência ao evento ou comprando os vídeos/dvds produzidos no evento⁷⁰, os consumidores-turistas levam para suas casas uma lembrança daquela viagem. Nesse caso, atribui-se ao comércio um propósito e sentido religioso. Além disso, esses eventos permitem o surgimento de toda uma indústria de bens religiosos evangélicos, como os cds, os dvds, os livros, as camisetas e até merendeiras. Tudo isso faz parte do que Giumbeli (2003) classifica como “cultura evangélica”, e por meio dela, se dá o que Amaral (1999) considera como a experiência religiosa por meio do consumo.

Aliás, essa experiência religiosa por meio do consumo é completamente verificável através das fotos apresentadas dos *stands* em todos os eventos e a forma como o congressista

⁷⁰ Vale comentar que em viagens à Disney World, a maioria das operadoras brasileiras gravam uma fita de vídeo sobre a viagem, com imagens dos participantes, para que esses possam adquirir como uma lembrança dessa experiência.

se envolve naturalmente com esse comércio. Nos depoimentos colhidos, todos afirmam que esse consumo colabora na afirmação e manutenção de sua fé, bem como é uma forma de expressão identitária numa sociedade plural. Partindo dessas constatações, me aproprio da idéia de que essas pessoas também procuram um lugar “seguro”, “legítimo” no social referindo-se exatamente à significação que assumem através dos bens adquiridos. Nesse caso, os fiéis optam por uma proposta em que se sentem “enquadradas” socialmente. (FEATHERSTONE, 1995). Nesse sentido, o consumo desses produtos pretende gerar uma experiência do/com o sagrado, sem qualquer tipo de pudor ou moralismo em suas práticas de mercado. Assim sendo, todos os turistas afirmam consumir esse tipo de produto, bem como comprá-los em eventos para presentear a si próprios ou aos seus. Com relação a esse sentido que o consumo toma, Featherstone (1995, p. 158) propõe que na modernidade, a religião se aloje “comodamente no mercado de consumo, ao lado de outros complexos significativos.”

Não posso deixar de destacar o fato de que o turismo também é uma forma de consumo, e que, a própria experiência de viagem para esses eventos é uma experiência religiosa. Nesse caso, Featherstone (1995, p. 174) afirma que o consumo prossegue mantendo uma dimensão religiosa, uma vez que na “cultura de consumo, o sagrado é capaz de se manter fora da religião organizada”, incluindo aí, o turismo. Talvez por isso as pessoas viajem durante dias e despendam parte de seus orçamentos para participar desses eventos. Algumas pessoas citaram que estavam gastando mais de mil reais para estarem no evento, o que mostra a importância desse tipo de consumo, a ponto de jovens optarem por viajar por motivos religiosos.

Diante do exposto em todo esse trabalho, McCracken faz uma conclusão que se ajusta à argumentação aqui explicitada.

Sem os bens de consumo, as sociedades modernas desenvolvidas perderiam instrumentos-chave para a reprodução, representação e manipulação de suas culturas. Os mundos do *design*, do desenvolvimento de produto, da publicidade e da moda que criam esses bens são eles próprios importantes autores de nosso universo cultural. Eles trabalham continuamente para moldar, transformar e dar vida a esse universo. Sem eles o mundo moderno quase que certamente se desmancharia. O significado dos bens de consumo e a criação de significado levada a efeito pelos processos de consumo são partes importantes da estruturação de nossa realidade atual. Sem os bens de consumo, certos atos de definição do *self* e de definição coletiva seriam impossíveis nessa cultura. (MCCRACKEN *apud* SILVA, S., 2006, p. 9).

Retomando o conceito de “cultura evangélica”, o que se percebe é que em todo o tempo o evangélico busca se afirmar com o uso de bens que expressam a sua fé. Assim, o uso de camisetas com dizeres bíblicos ou com referência a eles é tão comum quanto o uso da Bíblia pelos fiéis. Em todos os eventos pesquisados, esse foi um ponto comum. Além de afirmar sua

fé, esse vestuário busca identificar o grupo ao qual o fiel pertence, e por isso, muitos grupos que participavam dos eventos produziam camisas (uniformes) iguais, com o nome de suas igrejas, para se identificarem. Mais uma vez parece haver uma “cultura evangélica” nesse espaço de forma a reforçar a pertença a esse grupo religioso e ainda por mimetismo, reproduzindo estilos da sociedade maior. Tais relações procuram gerar o que Durkheim denomina como identidades grupais e que Steil se apropria no sentido de compreender o fenômeno das peregrinações. (STEIL, 2003b)

Também observo uma intensa relação entre religião, mídia, consumo e turismo como forma de vivenciar a fé evangélica atualmente. Assim como o estar no templo, o assistir aos canais de TV evangélicos, participar de comunidades religiosas virtuais, ler as literaturas específicas e participar do que é anunciado nessas mídias, o consumo tem se tornado uma forma do fiel encontrar-se e pertencer, como é o caso dos eventos evangélicos. No caso dos eventos pesquisados, observo que há uma abordagem evangélica, com mais ênfase nos rituais, curas, crenças e relações com os católicos e os afro-brasileiros dos pentecostais no campo religioso; mas, também, uma outra, que é a dos evangélicos no espaço público. Nesse trabalho, percebo que, tanto as práticas rituais, as crenças, os símbolos e os valores quanto a imersão na esfera pública, estão articuladas, procurando visibilidade, mas também a realização de suas crenças e práticas. Assim, a “cultura evangélica” mais uma vez se apresenta como algo que busca representar a marca desses no espaço público.

Outro ponto interessante a se destacar é que a política também esteve presente em pelo menos um dos eventos. Enquanto um dos músicos da Clínica Pastoral coordena um clamor em favor da nação brasileira e da política realizada no país, o que se vê é que a ligação entre a religião e a política está se tornando mais presente. Nesse caso, os evangélicos têm buscado uma nova forma de estar no “mundo” através desses meios.

Percebe-se ainda, que esse turismo permite uma dinâmica centro - periferia. Grande parte das idéias repassadas nesses eventos têm repercussões nacionais, em que o que está sendo pregado, vivido ou consumido nessa comunidade, ou por esse grupo “especial” de pessoas, é passado e reproduzido por igrejas que se encontram em contextos e regiões diferentes. A ideologia e os valores apresentados nesses eventos repercutem em todo o território nacional em termos de práticas religiosas.

Além disso, é observada uma considerável força voluntária na execução das tarefas mais cotidianas dos eventos, fazendo com que essas pessoas fiquem sempre submetidas ao senhorio de um líder espiritual. Também há uma grande ênfase na questão bíblica da autoridade dos pastores e líderes evangélicos, o que permite que se ocorra o que Marx (STEIL, 2003b)

chamou por produção e manutenção de ideologias que legitimam a dominação e a opressão, em que o pastor/cantor dominam e os fiéis/participantes se deixam dominar.

Outro ponto verificado é que a idéia de sagrado e profano delimitadas de Eliade (STEIL, 2003b) ocorre de forma diferente nos contextos apresentados. Por exemplo, enquanto em dois dos eventos o comércio ocorre dentro do salão de reuniões, não havendo separação entre o sagrado e o profano, em outros casos, a maneira de se portar perante o espaço sagrado e o espaço profano é completamente distinta. No entanto, essa idéia de não haver essa dicotomia, entre sagrado e profano, na vida do protestante, enquanto ideal do calvinismo, parece não ocorrer no protestantismo brasileiro.

O turismo enquanto ritual de passagem, segundo o paradigma turneriano, pode ser verificado no turismo evangélico de diferentes formas. Enquanto nos dois primeiros eventos apresentados o que ocorre é mais um ajuntamento de estilo *communitas*; no caso do Congresso Internacional de Louvor e Adoração e no caso da Conferência Fogo e Glória, o que ocorre se assemelha mais a uma estrutura de *societas*. Posso fazer essa comparação me apropriando dos conceitos já discutidos no primeiro capítulo desse estudo, de Victor Turner e de Nobeit Elias, apresentados por Steil (2003b).

No primeiro caso, o que se percebe é que nesses eventos, tanto nos espaços de acomodação e refeições quanto nos de reuniões, há um desengajamento da estrutura social cotidiana, surgindo assim, uma outra forma de relacionamento social. Nessa outra forma de relacionamento, o que se encontra é o desaparecimento do status social, da hierarquia da interação cotidiana para vir à tona um agrupamento espontâneo e o compartilhamento de experiências num espaço de indiferenciação e de igualdade absoluta. Após essa experiência turístico/religiosa, o que se evidencia é uma transformação do ser, que orienta à descoberta, à invenção e à resolução de problemas, conforme os depoimentos apresentados. Nesse caso, não há qualquer diferenciação entre líderes e fiéis, ricos e pobres, brancos e negros. Todos compartilham a mesma estrutura, repartem os mesmos espaços como os quartos, banheiros, refeições, sendo o participante o que for. O que se vê nesses eventos é muito mais um fenômeno coletivo do que um fenômeno individualista. Entretanto, cabe ressaltar o caráter ideal dos conceitos de *communitas* e de *societas*, que não se aplicam em sua totalidade na prática, conforme já explicitados no capítulo 1.

No segundo caso, o que encontramos é uma “sociedade de corte”, segundo o conceito de Nobeit Elias (STEIL, 2003b), que reafirma o *ethos* moderno, apresentando de forma muito semelhante o que se encontra em outros domínios da vida contemporânea. Nesses eventos, há uma diferenciação de classes sociais quando observamos que há uma enorme variedade de

meios para se chegar ao evento, como o uso de carro próprio e avião, como acomodar-se em hotéis e em pousadas ou albergues da juventude, e no como alimentar-se podendo esse ser feito em restaurantes de shoppings ou nas barraquinhas no Mineirinho, por exemplo. Esses eventos contam com uma estrutura muito mais profissional, quando tem como parceiros agências de turismo e hotéis. Desse modo, nesses eventos, o que podemos ver é muito mais uma manutenção das estruturas do cotidiano, com apenas algumas diferenciações, do que uma estrutura de *comunnitas*.

Na verdade, opto por uma outra linha, que é a da diversidade de contextos. Em muitos casos, o que foi apresentado nos dois parágrafos anteriores é parte de uma realidade maior, mas que não são as únicas. Assim, nesses eventos, apesar de encontrarmos as estruturas de *communitas* e de *societas*, também encontramos outras narrativas e discursos que se configuram em suas práticas sociais. Às vezes, determinadas práticas dentro de um mesmo evento se configuram como *societas* ou como *comunnitas*, dependendo muito mais do contexto e dos discursos ali encontrados.

Entretanto, mais alguns pontos devem ser ressaltados nessa pesquisa. Vejo que algumas práticas realizadas nesse turismo evangélico, especialmente durante os cultos, dizem respeito talvez a uma efervescência. Fruto de expectativas criadas pelo encontro com pessoas vindas de lugares diferentes e ainda pelo sentimento de estar fora das estruturas cotidianas, como a igreja, onde as pessoas estão mais limitadas por regras mais rígidas de conduta social, essa experiência permite manifestações mais genuínas da personalidade humana, conforme as teorias humanistas esboçadas no capítulo 1. Desse modo, nesses momentos, o que se percebe é o sentimento coletivo e de integração social, conforme o espaço da *liminaridade* do ritual de passagem proposto por Van Gennep. (STEIL, 2003b). Muitas manifestações que não ocorrem cotidianamente em variadas igrejas evangélicas, ocorrem nos eventos, talvez por encontrarem ali um espaço aberto e livre de regras sociais para as manifestações mais variadas possíveis. Especialmente as práticas pentecostais e neopentecostais estão presentes nesses eventos de forma bastante evidente.

Diante disso, será, então, que ir ao espaço público e através dele, o evangélico torna-se mais permeável às práticas religiosas das quais ele busca se diferenciar e condenar, como no caso do catolicismo, das religiões afro-brasileiras, dos espíritas e dos participantes da Nova Era? Parece-me que, de forma bastante subliminar e através de fronteiras borradas, algumas conexões e bricolagens estão se dando entre os evangélicos, inclusive no turismo.

É interessante lembrar que grande parte dos entrevistados falou em estar buscando mais de Deus. Pergunto-me: por que através dos eventos? Por que viajar tanto para encontrar

Deus? Será que Ele não está na igreja do evangélico ou aonde ele mora? Se é que existem respostas, elas são várias. Talvez porque ali, eles se permitam uma liberdade maior e ao mesmo tempo coletiva para a manifestação do sagrado, seja por meio de símbolos, de mitos, ou de ritos religiosos. Talvez porque estão em busca de uma autenticidade de sua experiência de sagrado. (BURNS, 2002). Ou talvez, em contato com o “outro”, o turista evangélico se descobre e descobre Deus. (URRY, 1996). De fato, compreender essas subjetividades vai além das possibilidades propostas nesse trabalho. Entretanto, elas nos fazem conhecer ao menos parte do que o turismo evangélico é capaz.

Nesse turismo, também verifico que o fiel procura por uma autenticidade do seu “eu” e também do “outro”, ao buscar conhecer e compreender as diferentes práticas sociais e religiosas que estão inseridas nesse tipo de evento. Ao olhar para o “outro”, seja ele uma pessoa ou uma prática religiosa, o fiel também passa a olhar para si, no intuito de conhecer-se. Podemos exemplificar isso nas manifestações pentecostais que ocorrem nos eventos, como a glossolalia e outras manifestações de êxtase. O olhar sobre essas práticas pentecostais pode gerar um “estranhamento” ou um “reconhecimento” e a partir daí, levar a conhecer a si e ao “outro”, questionando seus valores, idéias, práticas e as instituições que fazem parte de seu cotidiano. Nesse sentido, vejo que há até um certo ponto algumas continuidades com as práticas das igrejas locais, mas também há algumas rupturas. Diante dessas rupturas o fiel retorna à sua comunidade local com outra forma de enxergar e perceber-se nesse espaço.

Uma prática bastante comum no turismo é o ato de fotografar. Assim como no turismo de uma forma geral, os participantes do turismo evangélico buscam também transcrever (capturar/ congelar / fixar) parte da realidade que estavam vivenciando com o objetivo de levar recordações ou como forma de comprovação aos demais que ali não estavam de que esteve lá de fato. Há também aqueles que buscam fotografar os/com os pastores e cantores “famosos”.

Esse turismo também se reflete em espaços diferentes daqueles usados pelo evento, como é o caso do Shopping Center. Em dois eventos são citados exemplos da relação dessas viagens com esse espaço diferente. Além disso, o turismo evangélico repercute no *trade* turístico, ocupando hotéis, pousadas e restaurantes e envolvendo uma série de comércios e serviços ao redor do espaço onde se realiza o evento.

A questão beneficente e filantrópica também é abordada nos eventos. Em um caso, o comércio ganha roupagem social ao vinculá-lo a uma casa de recuperação de drogados da IBG. Também alguns entrevistados contam que para eles, o comércio evangélico contribui na renda e ministério das pessoas que vivem disso. No outro caso, há um *stand* de uma grande

instituição filantrópica em meio ao espaço de venda de produtos religiosos vinculados ao evento. Além disso, em um dos eventos é possível perceber a preocupação com a inclusão social do deficiente, com tradução do evento para a Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS – e com o acompanhamento de deficientes físicos cadeirantes por voluntários.

Também percebi um aspecto de comunhão entre os participantes dos eventos nos momentos de culto. Eles oravam uns pelos outros, mesmo não conhecendo esses “outros”. Nas reuniões o envolvimento físico e emocional é tão grande que as diferenças entre as pessoas acabam passando despercebidas. Em alguns eventos era através de atividades desportivas que ocorria essa comunhão, como no caso dos jogos de futebol e do *rappel*.

Por fim, destaco que esse turismo é feito em sua grande maioria por jovens, entre 15 e 35 anos, mas que também é realizado por crianças, adultos e idosos em menor proporção, que chegam sozinhos, com família, amigos ou em caravanas de suas cidades; que viajam de perto, ou de longe, de carro, ônibus, trem ou avião; e que se hospedam nos mais variados lugares em busca tão simplesmente de se aprofundarem em sua fé. Nesse caso, podemos fazer uma relação com o texto de Hervieu-Léger sobre o encontro dos jovens católicos com o papa, que, ao invés de surtir o “efeito desejado”, essa viagem foi muito mais uma experiência do próprio “eu”.

No caso específico do ConfraJovem, o que pude perceber é que esse evento não tem o propósito turístico e por isso nem é divulgado fora de Belo Horizonte. No entanto, ele é apenas uma amostra de um turismo que ocorre às igrejas evangélicas nessa cidade. Pessoas procuram visitar algumas importantes igrejas da capital mineira quando vão a essa cidade, como pudemos ver nas descrições anteriores.

Desse modo, com base no conjunto de elementos concretos e abstratos aqui expostos, entendo que nesse tipo de turismo, ocorre uma dupla apropriação dos sentidos. De um lado o turismo, usando dos mitos, símbolos e ritos sagrados e por outro, a religião se apropriando do aparato turístico para permitir a vivência dessa experiência (pós) moderna. Percebo que a experiência do turismo evangélico se dá de forma que a “identidade evangélica” mais geral é unificada, deixando em segundo plano as diferenças confessionais de cada denominação. Ainda verifico que o turismo é apenas mais uma forma que os evangélicos estão buscando de apresentar-se no espaço público, buscando um lugar social. Através desses eventos, eles buscam “dar o seu recado”, passar a sua mensagem e suas crenças, de forma a tentar construir uma imagem positiva junto à sociedade. Nesse aspecto, o que se tem, então, são lógicas religiosas e não-religiosas se encontrando.

CONCLUSÃO

Afirmar que o turismo evangélico tem crescido em todo o país é, de certa forma, fácil. Difícil é reconhecer o modo como esse turismo se dá, por que esses turistas viajam e como viajam. Esse campo é vasto em questões a serem respondidas. Entretanto, o número de pesquisadores é quase inexistente. No entanto, com o aumento no número de evangélicos no país e sua crescente visibilidade, talvez o turismo evangélico torne-se também um tema alvo de importantes pesquisas.

De fato, o turismo é um importante *locus* de observação dos fenômenos que ocorrem na sociedade como um todo. No caso desse estudo, o turismo evangélico contribui no sentido de colocar em destaque ou realçar (*close up*) algumas práticas e características do fenômeno evangélico no campo religioso brasileiro. Como observado, talvez pelos evangélicos estarem longe de casa, quando participam de um evento, algumas práticas rituais são muito mais exacerbadas do que no cotidiano, permitindo um melhor “ângulo” para a compreensão desse segmento religioso.

Durante esse trabalho de cunho antropológico, procurei encontrar algumas perspectivas, hipóteses e tendências do fenômeno evangélico, especificamente no turismo, e não toda a realidade do fenômeno do turismo evangélico. No entanto, com o intuito de levantar as nuances desse fenômeno, busquei, através do estudo de caso realizar generalizações, no sentido de compreender algumas dinâmicas da sociedade.

Não busquei apresentar novos apontamentos teóricos com esse estudo. Apenas procurei reforçar, discutir e analisar o que outros pesquisadores têm afirmado a respeito de turismo religioso e sobre os evangélicos no espaço público, buscando enquadrá-los a uma outra narrativa, a do turismo religioso evangélico.

Desse modo, tentar enquadrar os conceitos de peregrinação e de turismo dentro da realidade evangélica, sem sequer questionar as circunstâncias que o cercam, é um tanto como perigoso e equivocado. Assim, a discussão travada no primeiro capítulo me permitiu levantar esses fenômenos e suas variações, para num segundo momento, verificar o que ocorre de fato nesse grupo. Conceitos como de afastamento, sagrado, rituais, narrativas, autenticidade, olhares, consumo, sentimentos coletivos, integração social, pseudo-eventos, auteridade e

expectativas, permitiu que fosse criado um “berço” em que descansar minhas verificações e no qual pude analisar as práticas turísticas desenvolvidas pelos evangélicos em Belo Horizonte.

Conforme foi possível verificar, o fenômeno evangélico e suas repercussões têm levado a importantes mudanças o campo religioso brasileiro. A análise dessas mudanças leva a apontar relevantes modificações na sociedade como um todo. E isso pode ser visto através do crescimento da participação dos evangélicos no espaço público, como no caso da mídia, da política, da assistência social e do mercado. Mas também pode ser percebido através do fenômeno turístico, em que seus fiéis buscam mais uma via de afirmação, através do consumo de bens turístico-religiosos.

Nesse caso, percebo que as modificações na esfera evangélica têm como pano de fundo as profundas alterações pelas quais vêm passando o campo religioso em todo o mundo e, inclusive, no Brasil. Desse modo, essas transformações no meio evangélico, nada mais são do que novos olhares sobre as antigas narrativas colocadas até então sobre o fenômeno religioso. Nesse sentido, é como se a ida moderna ao espaço público combinasse modernamente os evangélicos com as práticas tradicionais dos católicos e afro-brasileiros, tais como os deslocamentos físicos e o comércio de “indulgências”. Assim, o “moderno” protestante significa a busca subjetiva, em que apresentam-se combinações entre o moderno e a tradição (pós-moderno), como uma crítica que não pode visar a superação sob pena de continuar moderna.

No Brasil, a presença dos evangélicos em sua cultura tem se feito sentir de maneira cada vez mais significativa. Quando falamos em evangélicos, dificilmente conseguimos obter uma homogeneidade de práticas e valores desse grupo, ao contrário, as divergências são bem mais visíveis. Entretanto o que temos verificado é que, diante de uma realidade mais ampla, a identidade evangélica tem fornecido a essas diferentes igrejas e indivíduos uma forma de legitimidade e credibilidade perante a sociedade maior. Assim, as igrejas evangélicas têm procurado adequar suas propostas e desafios à realidade (pós) moderna do tempo em que vivem e às demandas do mercado e do pluralismo religioso, seja através da mídia, da política, da assistência social, do mercado ou do turismo.

Nesse sentido, busquei sistematizar o que tratei pelo nome genérico de turismo evangélico. Como explicitado no capítulo 2, o turismo evangélico se apresenta basicamente com o turismo à Terra Santa, os Caminhos religiosos, o turismo de eventos evangélicos, os cruzeiros marítimos evangélicos, as viagens missionárias e os intercâmbios entre igrejas. Desse amplo leque de opções, foi possível verificar quão diversificadas são as práticas

realizadas nesse tipo de turismo e como essa atividade se apropria de símbolos e signos religiosos, que permeiam o imaginário do fiel, para dar legitimidade a esse consumo turístico-religioso.

Diante da constatação das variedades de formas de turismo evangélico, optamos por conhecer mais a fundo o turismo relacionado aos eventos evangélicos. Assim, utilizando o arcabouço teórico desenvolvido durante os dois primeiros capítulos, verifico que na prática, o turismo evangélico se apresenta no espaço público como uma forma homogênea, enquanto “evangélicos”, apesar de apresentar diversas nuances referentes a esse segmento religioso. Verifiquei que em todo o tempo os evangélicos recorrem ao turismo como uma forma de vivenciar a experiência religiosa de forma mais intensa, mas que por um outro lado, a atividade turística se beneficia e também transforma as práticas religiosas dos evangélicos nesses eventos. De fato, o que ocorre na junção desses dois campos é simplesmente a realidade da prática (pós) moderna da religião e também do turismo. Isso leva a concluirmos que, o sujeito de tal experiência também é (pós) moderno em diversas de suas práticas.

Dizer que há um tipo de turista evangélico é limitar um complexo e amplo sujeito social. Entretanto, quando se coloca no espaço público, esse turista parece procurar os mesmos objetivos e realizar suas práticas religiosas e não-religiosas de forma bastante semelhante. O que se encontra são pessoas diversificadas, com fé variada, realidades diferenciadas, que vivenciam suas práticas de uma mesma forma, mas ao mesmo tempo, em suas dimensões individuais, de forma completamente distintas. Diante disso, constato que os evangélicos reproduzem a época de globalização, em que uma padronização e uma linguagem universal se colocam a serviço das diferenças individuais e grupais, apresentando-se, novamente, mais como uma conciliação do que como uma superação dos contornos.

Por mais distintos que sejam os turistas evangélicos, há uma “cultura evangélica” por “trás dos panos”, e por isso, em muitos pontos eles se apresentam de forma bastante semelhante. Essa cultura condiz com a idéia da construção de uma identidade evangélica, que reivindica por um lugar social. Os eventos, apesar das diversidades, são fundamentais para reproduzir uma mensagem e uma ideologia evangélicas.

As perguntas iniciais propostas nesse trabalho foram trazidas à tona, ao verificarmos que em grande parte, os turistas evangélicos viajam para “encontrar Deus” e ter uma “experiência mais profunda com Ele”. No entanto, outras perguntas surgiram ao longo do trabalho. Mas porque “encontrar Deus” e buscar ter uma “experiência mais profunda com Ele” através dos eventos evangélicos? Em que a experiência de estar em outro local, com pessoas diferentes, difere para o seu contato mais íntimo com Deus? Nesse sentido, acho que

o evangélico, para continuar sendo moderno dentro da individualidade moderna tem que combinar modernamente com a tradição ou assumir hábitos vindos da tradição a serviço de sua individualidade. Busquei através do relato dos eventos e também das entrevistas apontar alguns pontos que podem contribuir para pensar tais problemas.

Assim, adequar a um esquema a complexidade desse fenômeno foi um trabalho um tanto quanto complicado e instigante, entretanto, a minha intenção passa longe de torná-lo engessado e livre de constantes debates. Por isso, o que me propus aqui, foi apenas explicitar algo que vem ocorrendo em meio aos evangélicos e que muitas vezes ainda está escondido, fora dos olhos dos pesquisadores dessa temática. Procurei apresentar a minha percepção do fenômeno do turismo evangélico através de um recorte específico, não tendo a intenção de inferir ser apenas esse a modalidade turismo evangélico, mas apenas contribuir para a compreensão deste ainda pouco perscrutado fenômeno.

Desse modo, o que destaco de mais interessante é que esse trabalho contribui no sentido de trazer esse tema à tona e apresentar contribuições iniciais e exploratórias sobre o abrangente fenômeno do turismo evangélico no Brasil. Na verdade, busquei conhecer uma importante demanda pelos serviços turísticos evangélicos no Brasil e, em especial, em Belo Horizonte.

Por fim, pode-se perceber que Belo Horizonte, como um recorte desse estudo, apresenta características semelhantes ao fenômeno que está ocorrendo de forma geral em todo o Brasil e que pode ser exemplificado pelos eventos descritos, bem como pelos turistas entrevistados, que têm movimentado de forma intensiva boa parte do *trade* turístico e de outros setores da economia, permitindo a (re)afirmação da identidade e do discurso evangélicos.

Destarte, concluo que o turismo pode estar sendo usado como uma forma de mediação do sagrado, assim como uma forma de maior visibilidade do segmento evangélico na esfera pública, se apropriando de esquemas e espaços utilizados por lógicas não-religiosas, ao aplicar-lhes os símbolos, signos e rituais religiosos da fé evangélica.

BIBLIOGRAFIA

ABUMANSUR, Edin Sued. Religião e turismo: notas sobre as deambulações religiosas. In: _____(org.). **Turismo religioso**: Ensaios antropológicos sobre religião e turismo. Campinas, São Paulo: Papirus, 2003. p. 53-68.

ACERENZA, Miguel Angel. **Administração do Turismo**: conceituação e organização. Bauru: EDUSC, 2002.

AMARAL, Leila. Quando o espírito encontra-se na mercadoria. **Numen**, v.2, n.2 (2º sem. 1999) Juiz de Fora: Editora UFJF, 1999. p. 91-104.

_____. “Deus é pop”: sobre a radicalidade do trânsito religioso na cultura popular de consumo. Seminário Internacional de História das Religiões / III Simpósio Nacional da Associação Brasileira de História das Religiões. **Anais...** Recife, 20-22 de junho, 2001.

_____. Um espírito sem lar: sobre uma dimensão “nova era” da religiosidade contemporânea. In: VELHO, Otávio (org.). **Circuitos infinitos**. São Paulo: Attar, 2003. p. 17-60.

ARRUDA, Roldão, HENRIQUE, Brás. Crença popular estimula turismo religioso em São Paulo. **O Estado**, 16 de junho de 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BANDUCCI JR., Álvaro, BARRETTO, Margarita. **Turismo e identidade local**: Uma visão antropológica. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 1995.

BASSETTE, Fernanda. Marcha para Jesus reúne 3 milhões na avenida Paulista, diz PM. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 15 de jun. 2006. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u122795.shtml> > Acesso em: 20 jun. 2006.

BERGER, Peter L. **O dossel sagrado**: elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo: Paulinas, 1985.

_____. A dessecularização do mundo: uma visão global. **Religião e Sociedade**, v. 21, n. 1, p. 9-23, 2001.

BIRMAN, Patrícia. Conexões políticas e bricolagens religiosas: questões sobre o pentecostalismo a partir de alguns contrapontos. In: SANCHIS, Pierre (org.). **Fiéis e Cidadãos – percursos de sincretismo no Brasil**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001.

_____. Imagens religiosas e projetos para o futuro. In: _____ (org.). **Religião e espaço público**. São Paulo: Attar, 2003. p. 235-255.

BITTENCOURT FILHO, José. **Matriz religiosa Brasileira**. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOURDIER, Pierre. **O poder simbólico**. 3ª ed. São Paulo: Bertrand Brasil, 2000.

BOURDIER, Pierre. Gênese e estrutura do campo religioso. In: **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo : Perspectiva, 1976.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Os deuses do povo: um estudo sobre religião popular**. 2ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986.

BURNS, Peter M. **Turismo e antropologia: uma introdução**. São Paulo: Chronos, 2002.

CAMURÇA, Marcelo Ayres, A sociologia da religião de Daniele Hervieu- Léger: entre a memória e a emoção. In: TEIXEIRA, Faustino (org.). **Sociologia da religião: enfoques teóricos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p. 249-270.

_____, GIOVANNINI JR., Oswaldo. **Religião, patrimônio histórico e turismo na semana santa em Tiradentes** – MG. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, n 20, p. 225-247, outubro de 2003.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, templo e mercado** - organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis: Vozes, 1997.

CARDOSO, Alexandre. Dimensões básicas da religiosidade belo-horizontina. **Estudos Avançados**, 18 (52), 2004. p. 63-75.

CARNEIRO, Sandra M. C. de Sá. Caminho de Santiago de Compostela: percurso, identidade e passagens. In: BIRMAN, Patrícia (org.). **Religião e espaço público**. São Paulo: Attar, 2003. p. 235-255.

_____. Novas peregrinações brasileiras e suas interfaces com o turismo. **Ciências Sociais e Religião**, Porto Alegre, ano 6, n. 6, p. 71-100, outubro de 2004.

CONRADO, Flávio César. Política e mídia: a Igreja Universal do Reino de Deus nas eleições. **Religião e Sociedade**, v. 21, n. 2, 2001. p. 85-111.

CORREIA, Lianne. Filão é explorado. **Diário**. 11 de abr. 1998. Disponível em: <http://www.dpnet.com.br/anteriores/1998/04/11/econol_3.html> Acesso em: 30 out. 2005.

DA MATTA, Roberto. Carnavais, paradas e procissões: reflexões sobre o mundo dos ritos. **Religião e sociedade**, n. 1, 1977. p. 03-30.

DANTAS, Agnes. Círio: turismo de fé. Caderno Boa Viagem, **Globo Online**, 16 de setembro de 2004.

DIAS, Reinaldo. O turismo religioso como segmento do mercado turístico. In: _____, SILVEIRA, Emerson S. (orgs.). **Turismo religioso: Ensaio e reflexões**. Campinas, São Paulo: Alínea, 2003. p. 07-38.

DIAS, Zwinglio M. Notas sobre a expansão e as metamorfoses do protestantismo na América Latina. **Numen**, v3, n.2 (2º sem. 2000) Juiz de Fora: Editora UFJF, 2000. p. 47-62.

DOLGHE, Jacqueline Ziroldo. A Igreja Renascer em Cristo e a consolidação do mercado de música gospel no Brasil: uma análise das estratégias de marketing. **Ciências Sociais e Religião**, Porto Alegre, ano 6, n. 6, p. 201-220, outubro de 2004.

DUPRONT, A. **Pèlerinages et lieux sacrés**. Du sacrés croisades et pèlerinages Images et langages. Paris: Gallimard, 1987.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Paulinas, 1989.

EADE J. e SALLNOW M. (orgs.). **Contesting Sacred - The Anthropology of Christian Pilgrimage**, London, 1991.

EDWARD, José. A fé de resultados. A ação social dos evangélicos explica por que eles avançam. **Veja**. Edição 1861 . 7 de julho de 2004.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FÉ leva brasileiros à Europa o ano todo. **O Estado do Paraná**, 29 de mar. 2006. Disponível em: <<http://www.clictur.com/canais/noticias/ler.php?id=10061>> Acesso em 30 abr. 2006.

FERNANDES, Rubem Cesar. Aparecida: nossa rainha, senhora e mãe, saravá! In: **Brasil e Estados Unidos**. Religião e identidade nacional. Graal, 1988. p. 85-111.

_____. **Romarias da Paixão**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

_____ et al. **Novo nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política**. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

FONSECA, Alexandre Brasil. Nova Era evangélica, Confissão Positiva e o crescimento dos sem-religião. **Numen**, v3, n.2 (2º sem. 2000) Juiz de Fora: Editora UFJF, 2000. p. 63-90.

_____. **Evangélicos e mídia no Brasil**. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco: Curitiba: Faculdade São Boaventura, 2003.

FRAZÃO, Heliana. Tempos de festa na gruta de Bom Jesus da Lapa. Caderno Boa Viagem, **Globo Online**, 08 de julho de 2004.

FREITAS, Aiana. Há campo a ser explorado. **Jornal da Tarde**, São Paulo, 30 jun 2002. Economia, p. 2.

FRESTON, Paul. **Evangélicos na política brasileira: história ambígua e desafio ético**. Curitiba: Encontro Editora, 1994.

GAROTINHO vai a ato evangélico em MG. **Folha de S. Paulo**, Agência Folha em Belo Horizonte, 19 de abr. 2003. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1904200308.htm>> Acesso em: 19 abr. 2003.

GASTAL, Susana, CASTROGIOVANNI (orgs.) Turismo na pós-modernidade: (des)inquietações. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

GERMINIANI, Haudrey. "Turismo religioso": a relação entre religião e consumo na sociedade contemporânea. In: DIAS, Reinaldo, SILVEIRA, Emerson S. (orgs.). **Turismo religioso: Ensaio e reflexões**. Campinas, São Paulo: Alínea, 2003. p. 121-134.

_____. **A "Santiago de Compostella" brasileira: religião, turismo e consumo no Caminho da Fé**. Juiz de Fora, PPCIR UFJF, Tese de Doutorado, 2006.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GIOVANNINI, Oswaldo Jr. **Cidade Presépio em tempo de paixão**. Uma análise antropológica das relações entre religião, patrimônio cultural e turismo em Tiradentes. Juiz de Fora, PPCIR UFJF, Dissertação de Mestrado, 2002.

_____. FLORIANO, Maria da Graça. **Rota de curas milagrosas em Minas Gerais**. IV RAM – Reunião de Antropologia do Mercosul, Curitiba, 11 – 14 de novembro 2001.

GIUMBELLI, Emerson. **Lojas de Artigos Evangélicos: uma pesquisa sobre consumo religioso**. Relatório Faperj, 2003.

GOELDNER, Charles R., RITCHIE, J.R. Brent e MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HERVIEU-LÉGER, Danièle. Catolicismo: el desafio de la memória. **Sociedad y Religión**. No 14/15. Noviembre, 1996. p.9-28.

HOBSBAWN, Erick; RANGER, Terence (org.). **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

ISRAEL autoriza construção de parque temático sobre a vida de Jesus Cristo. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 27 de out. 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/turismo/fx2710200531.htm>> Acesso em: 27 out. 2005.

JESUS é atração turística. **Folha do Estado – MT**, 23 de out. 2005. Disponível em: <<http://www.clictur.com/canais/noticias/ler.php?id=7596>> Acesso em 23 out. 2005.

JOVENS trocam folia por congresso. 11 de fev. 1999. Disponível em: <<http://www.an.com.br/1999/fev/11/0ger.htm>> Acesso em: 11 fev. 1999.

LEWGOY, Bernardo. Auto-ajuda, sexualidade e psicologia no mundo evangélico brasileiro: uma "explosão discursiva"? In: XXV REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 2006, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: ABA, 2006.

MACCANNELL, Dean. **The tourist: a new theory of leisure class**. New York. Shocken Books, 1976.

MACHADO, Maria das Dores Campos. Além da Religião. **Cadernos CERU**, série 2, n.12, 2001. p. 139-149.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MAFRA, Clara. **Os evangélicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

MANFRINI, Sandra. Em Brasília, Garotinho participa de show de grupo evangélico. **Folha Online**, Brasília, 13 de jul. 2002. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u34617.shtml>> Acesso em: 30 out. 2005.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

_____. **Análise sociológica do crescimento pentecostal no Brasil**. São Paulo: FFLCH, USP, Tese de doutorado, 2001.

MARIZ, Cecília . A Teologia da Guerra Espiritual : Uma Revisão Bibliográfica. In: VII JORNADAS DE ALTERNATIVAS RELIGIOSA NA AMÉRICA LATINA, 1997a, Buenos Aires. Religi3n e Identidad. p. 24-35.

_____. O Dem3nio e os Pentecostais no Brasil. In: BIRMAN, Patricia; NOVAES, Regina; CRESPO, Samira. (Org.). **O Mal à Brasileira**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1997b, v. , p. 45-61.

_____.MACHADO, Maria das Dores C.. **Mudanças recentes no campo religioso brasileiro**. (mimeo), Rio de Janeiro, 1998.

_____. **Na posse da palavra: religi3o, convers3o e liberdade pessoal em dois contextos nacionais**. Rio de Janeiro: PPGAS, Tese de doutorado, 1999.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo: novas abordagens ao car3ter simb3lico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MELO, Julliana. Um mapa do turismo religioso no Brasil. **Jornal do Commercio**. Recife, 08 de jun. 2000. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/JC/_2000/1406/tu0806f.htm> Acesso em: 20 de ago 2003.

MENDONÇA. Ant3nio G.. **O Celeste Porvir: A inserç3o do protestantismo no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1984.

MERCADO crist3o move feiras em SP. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 05 de set 2004. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0509200422.htm>> Acesso em: 05 set 2004.

MOESCH, Marutschka. **A produç3o do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

MONTEIRO, Duglas T.. A cura por correspondência. **Religião e Sociedade**. v. 1, n. 1, 1980. p. 61-79.

NEVES, Regina. O Deus do mercado e o mercado de Deus. **Jornal do Brasil**, São Paulo, 03 de setembro de 2004, p. A20.

NOVAES, Regina. **Os escolhidos de Deus**: pentecostais, trabalhadores e cidadania. Rio de Janeiro, Marco Zero e Cadernos do ISER, 19, 1985.

OLIVEIRA, Christian D. M. de. **Viagens a santuários**: uma modalidade de turismo religioso ou de religião turística? São Paulo: Hucitec, 2000.

OLIVEIRA, Antônio P.. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2001.

ORO, Ari. Religiões pentecostais e meios de comunicação de massa no Sul do Brasil. **REB**, Petrópolis: Vozes, 50, 198, p. 304-334, jun. 1990.

_____. “Podem passar a sacolinha”: um estudo sobre as representações do dinheiro no neopentecostalismo brasileiro. **Cadernos de Antropologia**, 9, 1992. p. 7-44.

_____. **Avanço pentecostal e reação católica**. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. SEMÁN, Pablo. Os Pentecostais nos países do Cone-Sul: panorama e estudos. **Religião e Sociedade**. v. 18, n. 2, 1997. p. 127-150.

OURIQUES, Helton Ricardo. **A produção do turismo**: fetichismo e dependência. Tese de doutorado, Programa de pós-graduação em geografia, UNESP, 2003.

O GLOBO. **Caderno Boa Viagem**. 15 de julho de 2004.

PARAÍSO ameaçado. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 20 de fev. 2005. Disponível em: <http://www.ivt-rj.net/clipping/clipping04.cfm?clip_id=1926> Acesso em: 20 fev. 2005.

PAREJA, Luciana. Mundo gospel faz caravanas para assistir a show religioso no Sul. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 03 de jul. 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0307200527.htm>> Acesso em: 30 jul. 2005.

PELOS caminhos de Moisés. Disponível em: <http://www.ortegatour.com.br/pp_secundaria/mostra_plano.asp?cod=42> Acesso em: 14 jun. 2006.

PEREIRA, Camila, LINHARES, Juliana. Os novos pastores. **Veja**. São Paulo, ano 39, no 1964, p. 76-83, 12 jul. 2006.

PEREZ, Léa F. ; OLIVEIRA, L. ; ASSIS, M. A. . Religião, valores morais e política entre a juventude mineira do pólo capital: observações preliminares. **Numem**, Juiz de Fora, v. 7, n. 1, 2004. p. 47-61.

PICOUTO, Vânia. Congressos religiosos atraem novo perfil de turista à Foz. Disponível em: <http://www.front.inf.br/vania_picouto.php> Acesso em: 13 set. 2003.

PIERUCCI, Antônio Flávio. Representantes de Deus em Brasília: a bancada evangélica na Constituinte. In: Anpocs, **Ciências Sociais Hoje**. São Paulo: Vértice e Anpocs, 1989. p. 104-132.

RIBEIRO, Heloísa. **Andar com fé e o sentido do chegar**. Caderno Virtual de Turismo, IVT, 2003.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. Os bens como cultura: Mary Douglas e a antropologia do consumo. In: DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

RODRIGUES, Adyr B.(org.). **Turismo, modernidade e globalização**. São Paulo: Hucitec, 1992.

_____ (org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997.

ROSA, Maria Cristina, et al. (Org.). **Festa, Lazer e Cultura**. Campinas: Papirus, 2002.

SANCHIS, Pierre. **Arraial: festa de um povo**. As romarias portuguesas. 2.ed. Lisboa: Dom Quixote, 1992.

_____. A caminhada ritual. **Religião e Sociedade**. n.º 9, Rio de Janeiro, ISER, 1993.

_____. O repto pentecostal à cultura católico-brasileira. In: ANTONIAZZI, A. et all. **Nem anjos, nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo**. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. **As Religiões dos brasileiros**. (mimeo), Belo Horizonte, 1998.

SECRETÁRIO reúne pastores para discutir turismo religioso. 14 de jun. 2005. Disponível em: <<http://www.abn.com.br/editorias1.php?id=27281>>. Acesso em: 14 jun. 2005.

SERMÃO da Montanha reúne 150 mil evangélicos em Belo Horizonte. **Folha Online**, Agência Folha em Belo Horizonte, 18 de abr. 2003. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u73364.shtml>> Acesso em: 18 abr. 2003.

SILVA, Anderson. Gideões invadem Camboriú e região. **Jornal Tribuna**, Camboriú, 22 de abr. 2006. Disponível em: <http://www.jornaltribuna.com.br/geral.php?state=select&id_materia=12875> Acesso em: 30 abr. 2006.

SILVA, Sandra R.. Cultura de consumo e construção de identidade: aproximações e possibilidades. In: XXV REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 2006, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: ABA, 2006.

SILVEIRA, Emerson J. S. Sobre a radicalidade do deslocamento: turismo e consumo. A religião como lazer em Aparecida. **IV RAM** – Reunião de Antropologia do Mercosul. Curitiba, 11 – 14 de novembro 2001.

_____. Turismo e consumo: a religião como lazer em Aparecida. ABUMANSUR, Edin Sued (org.). **Turismo religioso: Ensaio antropológico sobre religião e turismo**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2003a. p. 69-106.

_____. “Turismo religioso”, mercado e pós-modernidade. In: DIAS, Reinaldo, SILVEIRA, _____. (orgs.). **Turismo religioso: Ensaio e reflexões**. Campinas, São Paulo: Alínea, 2003b. p. 39-94.

_____. **Turismo religioso popular? Entre a ambigüidade conceitual e as oportunidades de mercado**. Universidade de Jaén, Revista de Antropologia Experimental, n. 04, 2004.

SHOW evangélico atrai cerca de 200 mil pessoas no centro de SP. **Folha Online**, São Paulo, 21 de abr. 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u108201.shtml>> Acesso em: 21 abr. 2005.

SMITH, Valene L. **Hosts and Guests: the anthropology of tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.

STEIL, Carlos Alberto. **O sertão das romarias**. Um estudo antropológico sobre o Santuário de Bom Jesus da Lapa – Bahia. Petrópolis, Vozes, 1996.

_____. Peregrinação e turismo: o Natal em Gramado e Canela. **XXII Reunião Anual da ANPOCS**, 22, 1998, Caxambu, 1998. p. 1 – 17.

_____. Romeiros e turistas no santuário de Bom Jesus da Lapa. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 9, n 20, outubro de 2003a. p. 249-261.

_____. Peregrinação, romaria e turismo religioso: raízes etimológicas e interpretações antropológicas. In: ABUMANSUR, Edin Sued (org.). **Turismo religioso: Ensaio antropológico sobre religião e turismo**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2003b. p. 29-52.

STRZODA, Michelle. Show gospel reúne 100 mil pessoas no RJ. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 06 de fev. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0602200626.htm>> Acesso em: 30 abr. 2006.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

SWINGLEHURST, Edmund. Contato direto: os efeitos do turismo nas sociedades do passado e nas atuais. In: THEOBALD, Willian F.(org.). **Turismo Global**. São Paulo: Editora Senac SP, 2001. p. 103-116.

TAVARES, Fátima; PEREZ, Lea; CAMURÇA, Marcelo. Imaginário religioso, moral e política entre a juventude mineira. In: XXV REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 2006, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: ABA, 2006.

TEL AVIV investe no turismo da fé de brasileiros. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 12 de dez. 2004. Disponível em: <http://www.ivt-rj.net/clipping/clipping04.cfm?clip_id=1623> Acesso em: 12 dez. 2004.

THEOBALD, Willian F.. Significado, âmbito e dimensão do turismo. In: _____.(org.). **Turismo Global**. São Paulo: Editora Senac SP, 2001. p. 27-44.

TRIGO, Luiz G. G.. A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo. 4ed. Campinas-SP: Papyrus, 1998.

TURISMO evangélico difunde rotas cristãs. **A Tribuna**, Santos – SP, 05 de set. 2003. Disponível em: <<http://www.clictur.com/canais/noticias/ler.php?id=2159>> Acesso em: 05 set. 2003.

TURISMO religioso cresce à margem das estatísticas. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 24 de mar. 2004. Disponível em: <<http://www.clictur.com/canais/noticias/ler.php?id=3265>> Acesso em: 24 mar. 2004.

TURISMO religioso rende bilhões. **Diáronet**, Recife, 11 de abr. 1998. Disponível em: <http://www.dpnet.com.br/antiores/1998/04/11/econo_0.html>. Acesso em: 15 jul. 2004.

TURNER, Victor W.. **O processo ritual: estrutura e anti-estrutura**. Petrópolis: Vozes, 1974.

_____, TURNER, Edith. **Image and Pilgrimage in Christian culture: Anthropological Perspectives**. New York: Columbia University Press, 1978.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Stúdio Nobel/Sesc. 1996

VAN GENNEP, Arnold. **Les rites de passage**. Paris: Émile Nourry, Librairie Critique, 1969.

VAR, Turgut, AP, John. O turismo e a paz mundial. In: THEOBALD, Willian F.(org.). **Turismo Global**. São Paulo: Editora Senac SP, 2001. p. 67-78

VELHO, Otávio. **A antropologia da religião em tempos de globalização**. (Aula Ernesto Veiga de Oliveira, proferida no ISCTE, em 29/10/1997) (Mimeo), Lisboa, 1997.

_____. Globalização: Antropologia e Religião. **Mana** - Estudos de Antropologia Social, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, 1997. p. 133-154.

VIAJE com Deus. **Jornal da Comunidade**, Brasília – DF, 14 de mai. 2005. Disponível em: <<http://www.clictur.com/canais/noticias/ler.php?id=7425>> Acesso em: 30 out. 2005.

VIA maris: batismo no rio Jordão custa R\$18. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 06 de set. 2004. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u4593.shtml>> Acesso em: 30 out. 2005.

WAINBERG, Jacques. **Turismo e comunicação**: a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003.

WEBER, Max. **Ensaio de sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1982.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 5ª ed. São Paulo : Pioneira, 1987.