DOI: https://doi.org/10.22456/1982-8136.140515

# DEUS VESTE OS LÍRIOS DO CAMPO: O COMPLEXO INDUSTRIAL "MODA-CELEBRIDADE-MEGAIGREJA" A PARTIR DOS EXEMPLOS DA HILLSONG, C3 E LAGOINHA[1]*

*Nina Rosas*[2]

**Resumo:** Este texto é um comentário à teorização feita por Cristina Rocha a respeito do complexo industrial moda-celebridade-mega-igreja, representado pela *Hillsong* e C3, em relação às quais se acrescenta o exemplo da Igreja da Lagoinha. Foca-se na ênfase dada por Rocha ao consumo de bens religiosos e à estetização da experiência da fé como "nova forma sensacional" que media e organiza a prática, a sensibilidade e o senso de comunidade. Como contraponto, o comentário recupera a noção de "pedagogias do corpo" para pensar os possíveis efeitos do processo de encarnação dos objetos que circulam. E também aponta para a potencialidade que pode advir, em trabalhos futuros, se se olhar para modos de enunciação dos sujeitos, como os relativos a gênero e raça.

**Palavras-chave:** Evangélicos; Megaigrejas; Moda; Celebridades.

*GOD CLOTHES THE LILIES OF THE FIELD: THE FASHION-CELEBRITY-MEGACHURCH INDUSTRIAL COMPLEX DRAWING ON THE EXAMPLES OF HILLSONG, C3 AND LAGOINHA*

**Abstract:** This text is a commentary on Cristina Rocha's theorization of the fashion-celebrity-mega-church industrial complex, represented by Hillsong and C3, to which I add the example of Igreja da Lagoinha. This article focuses on Rocha's emphasis on the consumption of religious goods and the aestheticization of the experience of faith as a "new sensational form" that mediates and organizes practice, sensitivity, and sense of community. As a counterpoint, the commentary

[1] Como citar: ROSAS, Nina. Deus veste os lírios do campo: o complexo industrial "Moda-Celebridade-Megaigreja" a partir dos exemplos da Hillsong, C3 e Lagoinha. *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 24, n. 45, e140515, 2024.

[2] Doutora em Sociologia pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora adjunta do Departamento de Sociologia da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil. E-mail: rosanina@gmail.com. ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4133-187X.

recovers the notion of "body pedagogics" to think about the possible effects of the process of incarnation of the objects that circulate. It also points to the potential that can arise in future work if we look at ways of enunciating subjects such as those relating to gender and race.

**Keywords:** Evangelicals; Mega-churches; Fashion; Celebrities.

Em artigo primeiramente publicado em Inglês, pelo periódico *Material Religion*, e posteriormente em Português, pela Revista Debates do NER, a antropóloga Cristina Rocha analisa, com profundidade, uma rede complexa formada, no meio evangélico, por igrejas, músicas, entretenimento, lideranças que atuam como celebridades, marcas de moda, mídias sociais e juventude. O entrelaçamento desses crentes com a cultura contemporânea, sobretudo aquela produzida e experimentada pelos nascidos entre 1981 e 2010 (*millenials* e geração z[3]), já chama a atenção da literatura internacional há pelo menos duas décadas, caracterizando o que vem sendo chamado de "cristianismo descolado" ou "cristianismo *hipster*". No entanto, ao que parece, pouca atenção tinha sido dada, até o trabalho de Rocha, ao papel da moda e das disposições estéticas dentro desse emaranhado, que tem efeito direto na expansão global do pentecostalismo e das novas formas de se sentir e se fazer cristianismos ao redor do globo.

A pesquisa de campo que embasa a análise é densa, compreendendo seis anos de inserções etnográficas multisituadas, na Austrália e no Brasil, envolvendo diversas atividades das igrejas *Hillsong* e C3. Há registro de exaustivo monitoramento de mídias e redes sociais, a partir das quais se concentram os achados do texto, além de terem sido realizadas cerca de 60 entrevistas com líderes e membros das ditas igrejas (quanto a estas últimas, é uma pena, talvez por razão de escopo, não terem sido exploradas na narrativa). A espinha dorsal do argumento é construída principalmente a partir de cinco exemplos: o culto do *rapper* Kanye West (também conhecido

[3] A autora informa que o recorte em seu texto recai principalmente sobre pessoas de estratos médios.

como Ye), no festival *Coachella*, no qual foi lançada uma coleção-cápsula de roupas; a marca religiosa estilo *streetwear*, assinada por Jerry Lorenzo; o posicionamento empreendedor do *designer* religioso Channel Dixon, que visa dar dicas àqueles que almejam fundar *startups*; a caixa temática (de itens de moda, musicais e de papelaria) produzida pela *Hillsong*; e os casos de parcerias (como com a Nike) para a criação de tênis com símbolos ligados à fé[4]. Segundo Rocha (2021), a partir dos casos, se percebe que os bens de consumo funcionam como mediadores da construção da identidade de um cristianismo aceitável, e, mais do que itens em si que emulam estilos e performances da liderança, formam uma estética própria e propiciam experiências, sensações e aspirações que ligam os fiéis em grupos de pertencimento, comunidades.

No que toca à produção indumentária com temática religiosa, observa-se algo semelhante, por exemplo, pelo menos desde 2012, na Igreja da Lagoinha. Nos eventos destinados a mulheres, Ana Paulo Valadão, uma das principais figuras associadas a esta denominação[5] criou a marca de roupas DTWear, cujo objetivo era oferecer trajes considerados bonitos, alinhados aos padrões atuais, recatados e passíveis de evangelização (o intuito de usar roupas como canais de conversa sobre o evangelho também é visto nas falas de Dixon[6]). O catálogo da cantora/pastora tinha peças para homens, mulheres e crianças. Eram batas, vestidos, camisas, *blazers*, calças e acessórios. Diversos trajes traziam estampas de trechos bíblicos e imagens religiosas.

[4] Chama a atenção, na maior parte dos casos supracitados, os valores exorbitantes das peças comercializadas.

[5] Ana Valadão atualmente é líder da Igreja Diante do Trono, situada no Sul da Flórida, mas continua realizando eventos no Brasil, como o Congresso de Mulheres Diante do Trono, na Lagoinha, cuja sede está localizada em Belo Horizonte. O nome de sua comunidade atual leva o mesmo da banda por ela criada em 1998, e que foi um dos principais instrumentos de projeção da igreja anterior ao longo dos anos 2000. Lagoinha, como é chamada neste texto, foi recentemente rebatizada como Lagoinha Global.

[6] Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=z6E3y_HqAvk. Acesso em: 22/05/2024.

André Valadão, hoje pastor presidente da Lagoinha Global, antes mesmo da irmã, já era conhecido pelas camisas, bermudas, agasalhos, bonés, adesivos, chaveiros e outros itens produzidos a partir da logomarca "fé", que trazia, junto à palavra, um escudo e uma espada.

Rocha ressalta, em seu texto, que há um estigma que recai sobre os pentecostais, dado o fato de esta religião ter florescido principalmente entre os pobres. O uso de roupas e adereços, no caso da *Hillsong* e da C3, portanto, poderia ser interpretado como forma de superar essa associação negativa. Na Lagoinha, as fiéis copiavam tudo de Ana Paula – mulher de classe alta, branca, de meia-idade, magra e que sempre se apresentava maquiada e com os cabelos adornados. Suas mechas, penteados, unhas, maneirismos e até mesmo o tom de voz eram replicados pela audiência, ainda que a igreja tivesse tanto pessoas de extratos baixos como também de camadas médias e altas. No entanto, a mimetização não acontece sem reservas. Segundo Rocha, a moralidade dos pastores que passam a usar itens de valores altíssimos é questionada, sobretudo por fazerem apelo por dízimos e ofertas. Ela menciona a conta no *Instagram Preachrs'n'Sneakers*, criada em 2019, cujo intuito era denunciar marcas e preços dos itens utilizados pelos pastores-celebridades. De igual modo se observou no caso da Lagoinha. No perfil, "*Outfit* do Templo", também no *Instagram*, há a denúncia do custo das peças usadas por diversas figuras religiosas brasileiras. André Valadão aparece trajando roupas da Dior e Moncler, além de relógios Rolex, que ultrapassam os 100 mil reais cada[7]. Mas nos idos 2012, algo semelhante se deu com Ana Valadão. Ela fora criticada por espiritualizar o uso de uma cara bota de couro de cobra, alegando direcionamento de Deus para a compra do item, que serviria para que sua pisada representasse a destruição de um principado de píton. À época, ela também comprara uma bota de *cowboy*

[7] Disponível em: https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2023/08/31/outfit-do-templo-perfil-expoe-valores-de-itens-de-luxo-usados-por-estrelas-gospel-e-viraliza-na-web-fotos.ghtml. Acesso em: 23/05/2024.

para lutar contra um "exu boiadeiro", cujo tripé estaria em Dallas, Madri e Barretos (em função dos rodeios e das touradas)[8].

Para compreender esse mundo *fashion*, Cristina Rocha evoca discussões em torno de noções como "comodificação", "celebritização" e "celebrização", mas o que salta aos olhos em sua interpretação é o conceito de "formas sensacionais", cunhado pela antropóloga Birgit Meyer, nome incontornável na produção de "novas abordagens sobre materialidade"[9]. As "formas sensacionais" seriam modos mais ou menos estáveis de organizar o acesso ao sagrado, parte de uma estética/espetacularização que modela tanto crenças quanto normas e práticas, conferindo determinada estrutura religiosa (Meyer, 2010). O "cristianismo *hipster*" descrito por Rocha seria um exemplo um pouco mais recente dessa sensibilidade. Tal proposição teórica, embora não óbvia, parece adequada aos muitos pontos e ressonâncias do complexo tratado pela autora, por acomodar as experiências compartilhadas e o senso de coletividade que é produzido, atravessado e reforçado pela circulação das mercadorias. Mas a maneira como a moda é vivida no meio evangélico também poder ser compreendida à luz das "pedagogias do corpo" (Shilling e Mellor, 2007), isto é, de instrumentos pedagógicos que possuem a capacidade de docilizar, regular, mobilizar, moralizar e monitorar os corpos dos sujeitos (Rosas, 2018)[10].

A prática religiosa, como sugeriram Chris Shilling e Philip Mellor (2007), evidencia uma reforma corporal de grande porte. As pessoas passam a andar, falar, desejar, sentir e pensar de modo diferente do que faziam antes. Os autores explicam que o dito "renascimento espiritual", tão pregado entre os cristãos e cujo marco, por exemplo, costuma ser o batismo ou uma

[8] Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=z4E8xAEOr2A. Acesso em: 23/05/2024.

[9] Disponível em: https://entangledworlds.utoronto.ca/index.php/interview-with-dr-birgit-meyer/. Acesso em: 23/05/2024.

[10] Autoras como Teixeira (2014) e Martinez (2018) chamaram a atenção para processos semelhantes, evocando, respectivamente, os termos "razão pedagógica" e "performance corporal virtuosa".

experiência divina catártica, implica um "renascimento do corpo físico", uma completa reforma deste (Shilling e Mellor, 2007, p. 541). Trata-se da explicação sobre como se adotam e se recriam técnicas corporais, habilidades e disposições no intrincado e multifacetado processo de desenvolvimento e transmissão da cultura. Tendo isso em vista, não surpreende, portanto, que haja o desejo de adoção de roupas e acessórios interpretados como compatíveis com o novo estilo de vida, e que, nesse aprendizado, aqueles que se encontram em posições de liderança (as celebridades religiosas) sejam o alvo preferencial da inspiração. A evidência meritosa do texto de Rocha, para além disso, é apontar para o repertório complexo e industrial que se estrutura a partir dessa demanda.

A construção do artigo, contudo, acaba por deixar mais para o final da narrativa a tensão que as "novas formas sensacionais" engendram a partir do choque com os "estilos estéticos religiosos estabelecidos" (Rocha, 2021, p. 17). A autora mostra que as críticas à frouxidão teológica das igrejas advêm inclusive de dentro, como da fala de um pastor hipster que alega que, com vistas a atrair jovens, as igrejas flexibilizam valores caros ao dar ênfase à estética (imagem, aparência, moda) e à inclusão sexual (como de pessoas LGBT+). Apesar de não haver maior exposição desses embates, o texto suscita a curiosidade sobre as negociações que se dão nas comunidades pesquisadas, considerando o apontamento, presente no artigo, de que, nas megaigrejas, a Teologia da Prosperidade aparece não propriamente a partir do estímulo da aquisição de riquezas, mas pela possibilidade de experimentação do universo das celebridades religiosas.

Na Lagoinha, durante trabalho de campo realizado entre 2011-2014 (Rosas, 2020), era notória a defesa de uma masculinidade específica – homens que são autoridade na família e na sociedade, mas que também precisam ser bons pais e apresentar comportamento educado e gentil –, acompanhada de uma feminilidade a ela subordinada (Connell, 2020). Havia ainda considerável patrulhamento, nos ensinamentos dados por Ana Valadão, a respeito do modo como a masculinidade e a feminilidade eram construídas nas crianças (por meio de trajes, brinquedos, jogos e pela presença dos pais

na educação). Apesar disso, a igreja vinha se tornando conhecida por atrair e tolerar considerável número de jovens que usavam brincos e acessórios, conservavam trejeitos afeminados e valorizavam roupas de marcas famosas e justas no corpo. Supõe-se que essa audiência vinha sobretudo atraída pelos momentos de louvor e dança conduzidos pelo grupo musical Diante do Trono. Além disso, havia encontros, na igreja, de indivíduos que se identificavam como LGBT+ (à época, o ministério era chamado de Cores, e era conduzido pela missionária Priscila Coelho)[11]. Tais dados podem ser considerados evidência, junto da gentilização dos homens, da não naturalização da masculinidade hegemônica. São implicações dessa natureza que poderiam ter sido em alguma medida sinalizadas no texto de Rocha.

Outro ponto que escapa à análise diz respeito às enunciações de raça, gênero e outros enquadramentos de apresentação de si (classe é um demarcador abordado), absolutamente fundamentais tendo em vista que o artigo trata do modo como circulam formas de encarnação da fé (*embodiment*). West, Lorenzo e Dixon são homens negros, na faixa dos 40 anos, tem diversos atributos em comum, mas também parecem situados em nichos e redes particulares. West é *designer,* é um *rapper* e compositor muito laureado, além de ser ex-marido de Kim Kardashian, uma das maiores celebridades digitais da atualidade. Teria sido promissor pensar a produção de West também à luz de outros dados biográficos, tais como suas afirmações antissemitas e relativas ao genocídio da população negra nos Estados Unidos. Tal extermínio, segundo ele, seria sustentado pela música e por meios de comunicação que teriam por trás empresas judaicas[12]. Essas declarações levaram-no à perda

[11] Apesar dessa flexibilização na Lagoinha, havia, entre os demais líderes, rechaço contumaz quanto à homossexualidade. Mas recentemente (em junho de 2023), André Valadão articulou uma campanha pelo Instagram e Youtube contra a comunidade LGBT+, justamente no mês de celebração do orgulho do grupo. Ver mais em Rosas (no prelo).

[12] Disponível em: https://www.latimes.com/entertainment-arts/music/story/2022-10-24/kanye-west-lex-fridman-antisemitism-podcast. Acesso em: 22/05/2024.

de contratos importantes, como com as marcas *Adidas, Gap* e *Balenciaga*[13]. Lorenzo, por sua vez, antes de *designer*, era organizador de festas *hip-hop*, tendo também uma ligação com o universo das musicalidades. Mas foi o investimento e a coleção criada em parceria com West que alavancaram sua marca[14].

Já Dixon, que também iniciou a carreira como *rapper* independente, atuou como bancário por uma década, posteriormente se tornando designer, mas, no caso dele, vendendo peças a preços acessíveis[15]. Uma de suas parcerias de sucesso foi figurar na caixa temática organizada pela *Hillsong*[16]. Fica claro, desse modo, que Rocha foi perspicaz em demonstrar como se trata de um complexo que envolve indústria da moda, estilo de vida de celebridades religiosas, música e entretenimento, além de mídias sociais. No entanto, esses circuitos parecem ter atores e produções com envergaduras variadas, e seria importante que ficasse mais transparente os possíveis impactos dessas redes tendo em vista não só as posições de classe, mas de gênero e raça, tanto dos sujeitos destacados, quanto do público consumidor (ao menos o público em potencial). Relações entre produção musical, cultura negra, reações ao segregacionismo e ao racismo, além de implicações entre religião e masculinidade seriam questões que mereceriam o olhar acurado da autora em trabalhos posteriores. Afinal, poderiam jogar luz nos meandros dos processos de identificação e formação de comunidades de fé locais e globais, como o texto já começa a articular.

Por fim, Rocha afirma que as igrejas que produzem esse "cristianismo descolado" se apropriam da cultura secular, fazendo circular, por meio de

[13] Disponível em: https://www.cnbc.com/2022/10/25/adidas-terminates-partnership-with-ye-following-rappers-antisemitic-remarks.html. Acesso em: 22/05/2024.

[14] Disponível em: https://www.complex.com/style/a/karizza-sanchez/how-jerry-lorenzo-of-fear-of-god-became-fashions-cult-favorite. Acesso em: 22/05/2024.

[15] Disponível em: https://artofhomage.com/collections/best-sellers. Acesso em: 22/05/2024.

[16] Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=z6E3y_HqAvk. Acesso em: 22/05/2024.

suas celebridades, produtos que atraem jovens e ajudam a difundir certa religiosidade. Essa engrenagem é importante, sobretudo considerando a tendência – que parece mundial (Hervieu-Léger, 2008) – de desfiliação, isto é, de descolamento entre experiências de fé e adesão tradicional a instituições desta natureza. Essa insígnia de sucesso parece ir na contramão daquilo que postulou Christian Smith (1998) a respeito de como o protestantismo prosperaria. Segundo ele, a tensão com a modernidade e o consequente crescimento numérico de certas vertentes religiosas se daria em função de determinados grupos associarem, concomitantemente, engajamento na cultura secular e uma ferrenha oposição em relação a ela. "O sucesso (...) estaria na elaboração de uma distinção cultural clara, ao mesmo tempo acompanhada de intenso engajamento social" (Rosas, 2015, p. 45). Considerando a possibilidade generalizante dessa explicação, o texto de Rocha evidencia que há consideráveis expressões de êxito dentro do evangelicalismo mundo afora, incluindo desdobramentos de proporções industriais, que escapa à lógica da necessidade de criar espaços bem delimitados de resistência à cultura abrangente. Frente aos muitos conservadorismos e movimentos de extrema direita que vêm acompanhando o cristianismo global, contribuições como a da autora certamente têm lugar incontestável na produção científica sobre as religiões do século XXI.

## REFERÊNCIAS

CONNELL, Robert William. *Masculinities.* Abingdon: Routledge, 2020.

HERVIEU-LÉGER, Danièle. *O peregrino e o convertido: a religião em movimento*. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARTINEZ, Monise. Pós-feminismo no reino de Deus: reflexões sobre as ambiguidades de um percurso "virtuoso". *Revista Cabo dos Trabalhos*, Coimbra, v. 17, n. 3, p. 1-13, 2018.

MEYER, Birgit. Aesthetics of Persuasion: Global Christianity and Pentecostalism's sensational forms. *South Atlantic Quarterly*, Durham, v. 109, n. 4, p. 741-763, 2010.

ROCHA, Cristina. Cool Christianity: The Fashion-Celebrity-Megachurch Industrial Complex. *Material Religion*, Londres, v. 17, n. 5, p. 580-602, 2021.

ROCHA, Cristina. O "cristianismo descolado": o complexo industrial da moda-celebridade-megaigrejas. *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 24, n. 45, p. 1-38 , 2024.

ROSAS, Nina. *Cultura evangélica e "dominação" do Brasil: música, mídia e gênero no caso do Diante do Trono*. Belo Horizonte, MG. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais, 2015.

ROSAS, Nina. Heterossexualidade e homossexualidade: prescrições sobre o uso do corpo das mulheres evangélicas. *Religião & Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 38, p. 176-197, 2018.

ROSAS, Nina. M*ulher, pra que religião? Uma crítica aos conselhos conservadores da pastora Ana Paula Valadão*. [s. l.]: KDP, 2020.

ROSAS, Nina. *Religião, mídia e política: o ativismo antigênero de André Valadão e uma gramática em disputa* (no prelo).

SHILLING, Chris; MELLOR, Philip A. Cultures of Embodied Experience: Technology, Religion and Body Pedagogics. *The Sociological Review*, Thousand Oaks, v. 55, n. 3, p. 531-549, 2007.

SMITH, Christian. *American Evangelicalism: Embattled and Thriving*. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

TEIXEIRA, Jacqueline Moraes. Mídia e performances de gênero na Igreja Universal: o desafio Godllywood. *Religião & Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 34, p. 232-256, 2014.

Recebido em: 03/06/2024

Aprovado em: 19/06/2024