

PENSANDO JUNTOS O "CRISTIANISMO DESCOLADO"¹

THINKING TOGETHER ABOUT "COOL CHRISTIANITY"

Cristina Rocha²

Que prazer e privilégio poder estabelecer um diálogo com um grupo de pesquisadores a que tenho muito apreço e que produziram comentários tão instigantes. Gostaria de agradecer a eles por se dispor a pensar juntamente comigo o fenômeno do cristianismo descolado dentro e fora das megaigrejas. Fico grata também a Rodrigo Toniol pelo convite tão gentil para participar deste diálogo no Debates do NER, o qual enriquece todos nós pesquisadores-leitores.

Começo por pensar junto com Nina Rosas, que desenvolve há anos uma pesquisa com a megaigreja Lagoinha e questões de gênero. Rosas começa seu comentário fazendo um paralelo entre a megaigreja brasileira e dois aspectos do cristianismo descolado – a venda de vestuário e acessórios pela Lagoinha e as tensões geradas pelo uso de grifes de luxo pelos seus pastores. Eu diria que há certamente diferenças e semelhanças com o caso da moda adotada pelos pastores da megaigreja australiana *Hillsong* e os *designers* de moda americanos.

Eles se assemelham ao adotar a mesma estratégia – se fundir tão intimamente com a cultura local que o cristianismo evangélico se torna praticamente invisível em relação a ela e assim atraente. No Brasil, por muitos anos ser crente era sinônimo de periferia e mal gosto no vestir (como me disse uma fiel brasileira da *Hillsong* ao comparar a megaigreja

¹ Como citar: ROCHA, Cristina. Pensando juntos o "cristianismo descolado". Debates do NER, Porto Alegre, n. 45, p. 1-17, 2024.

² Professora e diretora do núcleo de pesquisas da Religião e Sociedade, da Universidade de Western Sydney, Sydney, Austrália. E-mail: c.rocha@westernsydney.edu.au. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3140-4310>.

com as igrejas brasileiras pentecostais: “Aqui não tem mulher de saião e cabelão”)³. Por consequência, é compreensível que, para a classe média evangélica brasileira, haja um foco na importância da beleza feminina. Este é um traço forte na cultura brasileira. Mas ao fazer isto, adotam roupas modestas, já que o conservadorismo no comportamento é marca fundamental das igrejas evangélicas locais. Assim, a *DTWear* (a linha de roupas de Ana Paula Valadão, pastora e a cantora da banda gospel Diante do Trono/DT da Lagoinha) vende “trajes considerados bonitos, alinhados aos padrões atuais, recatados” tais como “batas, vestidos, camisas, *blazers*, calças e acessórios...” como relata Rosas. Outros exemplos deste fenômeno são as roupas femininas vendidas como “moda evangélica” e encontradas em muitas lojas no bairro do Brás, em São Paulo, e a página do *YouTube* “Crente Chique”, com 322 mil seguidores, onde uma influencer visita estas lojas e posa com seus vestidos usando salto alto⁴.

A grande diferença é que as roupas que analisei no artigo não são pautadas pelas ideias de recato, modéstia e beleza feminina como as de Valadão e as roupas das lojas do Brás anunciadas no site Crente Chique. A *Hillsong* e outros *designers* estrangeiros adotam o estilo *streetwear* – roupas unissex e casuais tais como moletons com capuz (*hoodies*), bonés, camisetas e tênis – muitas vezes produzido por grifes de luxo. A Austrália se preza por ter uma cultura informal, igualitária e de praia, onde não há uma ênfase tão grande como no Brasil na beleza feminina⁵. Esta diferença sempre é muito notada pelas mulheres brasileiras que chegam ao país. Durante meu trabalho de campo, vi discussões *online* na página do *Facebook* “Papo Calcinha” (um

³ Discuto isto mais a fundo em Rocha (2024, p. 44-48).

⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/@crentechicooficial>. Acesso em: 04/11/2024.

⁵ Uma das narrativas históricas da identidade nacional australiana é de uma sociedade igualitária e informal em suas relações entre patrões e empregados. É importante notar que esta propalada igualdade excluiu os povos originários, vistos historicamente como inferiores à raça branca, percepção esta corroborada por teorias científicas (eugenia) e religiosas da época colonial. Para saber mais sobre os mitos fundadores da identidade nacional australiana e sua sociedade, ver Elder (2007, p. 49-59).

grupo só para mulheres brasileiras em Sydney) em que recém-chegadas se sentiam aliviadas pelo fato de que não havia pressão para se vestirem bem, usarem salto ou maquiagem, devido à informalidade da cultura local.

Rosas também faz um paralelo entre a página do *Instagram* “*Preachers’n’Sneakers*”, criada nos EUA em 2019, e a “*Outfit do Templo*”, criada no Brasil em 2022. Ambas têm o intuito de denunciar marcas e preços das vestimentas e dos acessórios utilizados pelos pastores-celebridades nos Estados Unidos e no Brasil, respectivamente.

Este paralelo não é uma coincidência. Ao longo dos anos demonstrei em meu trabalho, que o passado colonial e a posição histórica do Brasil no Sul Global fizeram com que o país duvidasse de sua modernidade e copiasse os produtos culturais do Norte como forma de entrar na modernidade (Rocha, 2016 [2006], 2024). Para os brasileiros de classe média, copiar as tendências que vêm do Norte Global, falar inglês e viajar internacionalmente são formas de acumular capital cultural, o qual é usado para fins de distinção social em sua vida cotidiana. Além disto, este capital cultural lhes dá a sensação de cosmopolitismo, de serem cidadãos do mundo (sempre visto como circunscrito ao Norte Global). É dentro deste contexto que podemos entender a cópia de tendências e práticas do mundo pentecostal americano e australiano (entre elas, a cópia do estilo de cristianismo descolado da *Hillsong* e a criação da página do *Outfit do Templo*) e o uso da língua inglesa para denominar produtos culturais pentecostais criados no Brasil (e.g., *DTWear* e *Outfit do Templo*).

Rosas chama também atenção para como o conceito de “pedagogias do corpo” (Shilling e Mellor, 2007) pode nos ajudar a pensar como a moda, o corpo e o cristianismo se entrelaçam. Segundo Rosas, estes autores mostram como ser parte de uma religião implica na transformação do corpo – por exemplo, imitando a voz, trejeitos e roupas das lideranças religiosas que são vistas como modelos a serem seguidos. Com certeza, converter-se a uma religião – no pentecostalismo, através do “renascimento espiritual” – implica aprender novas técnicas corporais (um conceito caro à Mauss, 2003 [1934]) e estilos de vida. De uma maneira, as ideias de Shilling e Mellor ecoam

igualmente o trabalho de Tanya Luhmann (2004) sobre como membros de uma religião precisam aprender e praticar técnicas específicas para ter experiências particulares do sagrado. Ela observou que à medida que as pessoas internalizam essa nova estrutura cognitiva, elas também têm experiências que validam essa nova visão de mundo. Ela identifica três tipos diferentes de aprendizado dessa nova estrutura cognitiva: linguístico, metacínético e relacional. É na adoção de nova linguagem, estados emocionais do corpo durante rituais, e nos relacionamentos com membros da comunidade religiosa que se constitui a nova subjetividade religiosa. Todos estes autores nos remetem ao corpo, sensações e práticas comunitárias na constituição de subjetividades religiosas, um tema caro aos pesquisadores da religião material e estética da religião, como discutirei mais abaixo.

Por fim, Rosas levanta o fato de que o texto não aborda diferenças de gênero e raça na adoção do cristianismo descolado. Estes são recortes bastante importantes. Outros pesquisadores da *Hillsong* já abordaram as diferenças de gênero (Maddox, 2013; Shorter e Riches, 2023) e, juntamente com outros colegas, eu pesquisei como membros da diáspora africana na Austrália são atraídos e criam pertencimento na *Hillsong* (Rocha, Openshaw e Vokes, 2021). No meu livro sobre jovens brasileiros brancos de classe média na *Hillsong*, trabalho com a interseccionalidade de três aspectos fundamentais na construção do cristianismo descolado neste grupo social: raça, classe e religião (Rocha, 2024; ver particularmente o capítulo 1). Já o escopo deste artigo era focar em como uma classe social e uma faixa etária específicas são atraídas pelo cristianismo descolado. Certamente, Rosas (2024, neste número) levanta um ponto importante quando escreve: “Relações entre produção musical, cultura negra, reações ao segregacionismo e ao racismo [...] seriam questões que mereceriam o olhar acurado da autora em trabalhos posteriores”. Agradeço a autora por estas sugestões.

Alberto Moreira, estudioso da estética da religião, faz uma reflexão sobre o meu artigo com foco em quatro temas: a) epistemologia das ciências da religião; b) a estetização da religião; c) a formação das subjetividades; e d) as afinidades estruturais. Suas reflexões vêm a contribuir para aprofundarmos

o entendimento do tema – a complexa conexão estrutural entre religião, estética e capitalismo – vista por outra disciplina, as ciências da religião. Fico feliz em ver como meu artigo é generativo. Um artigo não pode fazer tudo, com ele mesmo observa, mas espera-se que provoque uma centelha para que outros pesquisadores se voltem para outras facetas do mesmo objeto de estudo.

Sua primeira observação – de que é fundamental “[...] analisarmos práticas e discursos religiosos que têm um profundo entrelaçamento, chegando à mescla de fronteiras, com a ordem capitalista neoliberal” (Moreira, 2024, neste número) – é certeira. Além de nossas disciplinas que enfocam mais claramente a religião, outros estudiosos têm contribuído para esta análise. Por exemplo, o cientista político William Connolly (2005) foi presciente em nos mostrar como o capitalismo, o cristianismo evangélico e a mídia formam uma “máquina de ressonância” nos EUA. Em sua preocupação com a saúde da democracia americana, Connolly (2005, p. 870) argumenta que o capitalismo, a “ambiçã teocrática do setor mais militante do cristianismo americano” e as mídias eletrônicas (que criam uma “bolha” ou “câmera de eco deste *complexo evangélico-capitalista*”⁶) são a maior ameaça à democracia. Neste sentido, Connolly emprega um conceito semelhante ao que emprego em meu artigo – a ideia de um complexo em que cada vetor reforça o outro – para compreender uma outra poderosa *assemblagem* que estrutura sua sociedade.

Ao pensar a estetização da religião (o segundo tema de seu comentário), Moreira resume habilmente a tese de que, na modernidade tardia, a busca por sensações e emoções é vital. Neste contexto, o capitalismo se fortalece ao revitalizar a modernidade desencantada “através de um duradouro processo de estetização do cotidiano, da cultura e da religião” (Moreira, 2024, neste número). A atenção à estética da religião, ao corpo e às sensações e como estes constituem comunidades religiosas são o fulcro não só deste artigo, mas também do livro que lancei este ano, onde estes temas são tratados com

⁶ Grifo meu.

mais profundidade (Rocha, 2024). No livro, analiso, entre outras coisas, a trajetória de jovens brasileiros de classe média que se tornam fãs da *Hillsong* e acabam por viajar à Austrália para frequentar a megaigreja. Demonstro que, para eles, em vez da promessa de riquezas terrenas, a Teologia da Prosperidade está ligada à experiência e emoção de viver em países ricos de língua inglesa e compartilhar do mundo das celebridades (que até então só participavam vicariamente pelas redes sociais). Prosperar é, assim, viver uma geografia alternativa de pertencimento.

É a valorização da “excelência”, uma das marcas fundamentais da *Hillsong*, que atrai os jovens brasileiros que desejam deixar para trás o país do jeitinho, das coisas mal ajambradas e improvisadas. Esta excelência, um conceito que a megaigreja adotou do mundo dos negócios, traduz-se em cultos em casas noturnas ou teatros em bairros chiques de cidades globais, cultos impecáveis onde cada minuto é coreografado e há atenção à todos os detalhes: desde o oferecimento de frutas e queijos caros em atividades da igreja a somente o uso de computadores da marca *Apple*, pois esta é vista como mais refinada que os *PCs* da *Microsoft*. Como me contou um jovem brasileiro: “Até o papel higiênico é excelente na *Hillsong*”. Sabemos da falta de papel higiênico em muitos locais públicos no Brasil e assim este jovem estava sugerindo que a *Hillsong* é cuidadosa com sua comunidade, não medindo recursos para lhe oferecer um ambiente de conforto. A excelência transporta os brasileiros a um mundo estético particular, onde Deus proporciona aos fiéis um mundo de beleza, refinamento, generosidade e emoções extáticas.

Moreira faz uma observação instigante em sua análise. Para ele, apesar do conceito de “formação estética” de Birgit Meyer (2009) ser produtivo para dar conta do complexo industrial moda-celebridade-megaigreja, pois mostra como as fronteiras de cada vetor são borradas, ele obscurece o fato de que a “cola” ou o “motor” que une estes três vetores é a dinâmica do mercado capitalista. Como consequência, ele prefere o conceito de “complexo” ao de “formação estética”. Concordo com Moreira que o conceito de formação estética não dá conta do papel fundamental da lógica do mercado neste

fenômeno. No artigo, empreguei “formação estética” para analisar o fato de que este complexo forma comunidades religiosas ligadas por um mesmo estilo. Meyer (2009, p. 6) emprega este conceito como refinamento do conceito de “comunidades imaginadas” de Benedict Anderson, pois este não atenta à “forma como a ligação das pessoas em comunidades imaginadas ocorre efetivamente e se realiza num sentido material.” Para ela, esta imaginação “[...] se materializa através da mídia e se manifesta no espaço público, gerando sensibilidades e aptidões sensoriais que conferem a esses imaginários um sentido de verdade” (ibid., p. 6).

Mas é importante notar que o capitalismo neoliberal e de consumo não está ausente das preocupações e análises da autora. Por exemplo, ao estudar o crescimento do pentecostalismo em países africanos, Meyer (2007, p. 12) observa: “As igrejas pentecostais e carismáticas não só abraçaram a lógica do mercado como a engendram.” Neste sentido, Meyer (ibid., p. 7) faz uma crítica ao trabalho de Max Weber, argumentando que a ética protestante não dá conta do pentecostalismo atual, pois “a dimensão do prazer e do consumo está faltando no cenário apocalíptico de Weber do capitalismo moderno desencantado pela sua dura ética de trabalho.” Assim, eu diria que as igrejas pentecostais e o cristianismo descolado não simplesmente se hibridizam com o capitalismo, mas tornam-se organicamente parte do mundo capitalista neoliberal e de consumo. Como argumentei no artigo a respeito do cristianismo descolado e tantos outros já afirmaram o mesmo a respeito do pentecostalismo (Comaroff, 2012; Kirby, 2019; Meyer, 2007), ao mobilizar o capitalismo para expandir-se, ocorre um movimento inverso – o próprio capitalismo se expande e conquista novos territórios. Nesta relação simbiótica, enquanto o capitalismo engolfa as emoções e o corpo e transforma as mercadorias em maneiras de subjetivação através do *branding*, o cristianismo descolado potencializa estas mercadorias e emoções ao transformá-las em uma maneira de mediar a relação do sujeito com Deus. No fim do seu comentário, Moreira (2024, neste número) pergunta: “Não seria o caso, então, de puxar Walter Benjamin para essa conversa? Afinal foi ele quem, já em 1921, escreveu o paradigmático rascunho de ensaio, O

capitalismo como religião (Benjamin, 2013; Moreira, 2010).” Minha resposta seria: “Sim, penso que Benjamin estaria interessado nesta nova maneira de ser cristão no século XXI”. Aceito o convite para continuarmos essa conversa em outra ocasião.

Por fim, passo a pensar com Taylor de Aguiar, que tem pesquisado as igrejas jovens, especialmente a Brasa *Church*, uma comunidade jovem Batista em Porto Alegre. Aguiar nos traz uma reflexão de como o cristianismo descolado é adotado na Brasa *Church*. Ele nos conta que esta comunidade se inspirou fortemente na megaigreja *Hillsong* no formato de seus cultos e de sua organização. Como consequência, criaram-se tensões entre a maneira “menos religiosa” destes jovens entenderem e praticarem o cristianismo e os membros mais antigos da igreja, que obviamente preferiam um culto mais tradicional. Em minha pesquisa com os jovens brasileiros que retornaram de estadias na *Hillsong* de Sydney, seja como frequentadores da megaigreja ou como estudantes do seu *College* (seminário), encontrei as mesmas tensões (Rocha, 2024; veja particularmente o capítulo 6). Muitas vezes os pastores de suas igrejas originárias não os deixavam implementar o que haviam aprendido na *Hillsong* ou permitiam mudanças somente no culto dos jovens. Muitos retornados ficavam tão decepcionados que abandonavam suas igrejas e começavam uma peregrinação por outras igrejas, procurando um modelo mais parecido com a *Hillsong*. Muitos tornaram-se desigrejados, fazendo cultos-reuniões *online* com outros retornados da *Hillsong* que estavam na mesma situação. Mas isto não quer dizer que eles tenham deixado de ser religiosos. Eles reiteraram em entrevistas que continuavam a seguir Jesus e fazer práticas religiosas como rezar e estudar a Bíblia. O protestantismo, e particularmente o cristianismo pentecostal e carismático, com sua ênfase na relação pessoal e direta do indivíduo com Deus, se presta bem ao ser religioso fora da igreja.

Este fato leva a um aspecto importante para o nosso debate. Aguiar pensa o cristianismo descolado como menos religioso. Eu diria que apesar do cristianismo descolado fazer uma ponte com o mundo secular com a intenção de atrair não cristãos, ele não é por isto menos religioso. As

demonstrações de estados de forte emoção e até estáticos durante o *worship* nos cultos e a centralidade de Jesus no cotidiano destes jovens dentro e fora da igreja, como demonstro no meu livro (Rocha, 2024), me faz pensar que na verdade o cristianismo descolado dá um contexto para que estes jovens possam ser religiosos, para que eles não abandonem a igrejas como muitos retornados o fizeram e como mencionei acima. Assim, o cristianismo descolado, de fato, cria caminhos para o religioso e não ao contrário.

Aguiar (2024, neste número) aponta para uma questão metodológica ao perguntar: “De que forma é possível estabelecer parâmetros de avaliação para os limites da influência da indústria da moda e da cultura de celebridades na vida dos cristãos que aderem ao “cristianismo descolado”? Ele também indaga: “O que sabemos desses objetos e artefatos quanto à prática ordinária, que não cabe precisamente no domínio da religiosidade?” (ibid., neste número). Eu diria primeiramente que, como sabemos, a partir do momento que os pentecostais se abriram para “o mundo”, abandonando o ascetismo puritano – ao utilizar meios de comunicação de massa, agir como empresas, liberalizar os costumes (apesar de continuarem a ser bastante conservadores em muitos aspectos) e adotar “ritmos profanos da moda [...] para evangelizar os jovens” (Mariano, 2014 [1999], p. 45) – o caminho estava aberto para estas influências⁷.

No meu trabalho de campo (entrevistas, observação participante em cultos, congressos anuais e outros eventos, grupos de conexão⁸ e atividades externas da igreja, além de monitoramento das redes sociais) foi possível avaliar o efeito da celebrificação dos pastores e cantores brasileiros e estrangeiros e da moda na vida dos jovens dentro e fora da igreja. Por exemplo, objetos comprados na loja da igreja e durante os congressos (livros, CDs,

⁷ Para uma tipologia do pentecostalismo no Brasil que dá conta deste processo, incluindo as chamadas “três ondas”, ver Freston (1995) e Mariano ([1999] 2014, p. 28-49).

⁸ Os grupos de conexão (ou *connect groups* em inglês) são grupos de fiéis que se reúnem a cada duas semanas na casa de um líder para troca de ideias, apoio emocional e espiritual, e discussão bíblica.

vídeos, bíblias em formato de revistas de luxo, roupas com mensagens cristãs e até lápis com a logomarca *Hillsong* eram usados não só para mediar a presença de Deus, mas também para afirmar uma ligação íntima com a megaigreja de que eram fãs, particularmente na volta ao Brasil, onde estes objetos se infundiam de nostalgia de uma vida deixada para trás e assim auxiliavam a reforçar esta ligação. Em seu comentário, Rosas nos dá outra pista advinda de sua pesquisa com a igreja Lagoinha, como vimos acima. Ela observou que os fiéis imitavam desde a maneira de pensar e vestir, até a maneira de falar e tom de voz de Ana Paula Valadão. É significativo que Rosas mostra que este mimetismo se dá nos corpos dos fiéis para além dos cultos e como maneira de tornar Deus presente. Foi este mesmo mimetismo que encontrei no meu trabalho de campo, onde objetos da logomarca *Hillsong*, auxiliavam os jovens a afirmar uma nova identidade como “cidadãos do mundo”, uma aspiração constante entre eles, como afirmei acima.

Uma outra preocupação de Aguiar (2024, neste número) é não tratarmos da “indústria da moda e da cultura de celebridades como categorias substancialmente seculares.” Quando escrevo que, “Embora os elementos do complexo industrial moda-celebridade-megaigreja não podem ser completamente isolados na prática tentarei agora analisá-los isoladamente para que possamos entender como estão relacionados” (Rocha, 2024, neste número), estou atentando para este profundo entrelaçamento entre o religioso e o secular. Outros pesquisadores também observaram como as fronteiras entre o secular e o religioso são fluidas (Meyer e Moors, 2006; Knoblauch, 2011). Com certeza, não vejo uma “uma cisão entre a indústria da moda e a cultura de celebridades, por um lado, e o ‘cristianismo descolado’, por outro”, como interpreta Aguiar (2024, neste número). Como disse acima, a partir do momento que o as igrejas pentecostais começam a afirmar o mundo, começa a se desenvolver um processo de entrelaçamento orgânico entre o cristianismo e outros aspectos da vida social e econômica (i.e., o capitalismo neoliberal e de consumo, a subjetivação através do *branding*, a indústria da moda e a cultura celebridade dos pastores). Como citei no artigo, um ótimo exemplo disto é como as editoras americanas dependem

das vendas de livros de pastores famosos, estes aumentam suas vendas através de sua plateia cativa de fiéis, que por sua vez faz com que os livros sejam listados como bestsellers do jornal *New York Times*, o que aumenta suas vendas (Johnson, 2017). Por isso, emprego o conceito de “complexo industrial” para entender este processo.

Da mesma maneira e como já mencionei acima, não vejo uma falta de religiosidade no cristianismo descolado. Não é porque os cultos (que na *Hillsong* são chamados de “reuniões”) acontecem em teatros e casas noturnas, que eles são menos religiosos. Se, por um lado, estes locais são reinvestidos de sacralidade ao serem rearranjados no domingo de manhã para que se tornem igreja (desde o uso de banners da igreja até as rezas coletivas antes do começo dos cultos do dia), por outro lado, eles também sinalizam o desejo de trazer o cristianismo para o mundo. Como mencionei em meu artigo, Sargent (2000) chamou igrejas como a *Hillsong* de “Igrejas de Buscadores” (*seeker churches*) porque elas fazem uma ponte entre a igreja e os que não são cristãos. Tudo isto é feito para deixar pessoas que nunca entraram numa igreja confortáveis: os prédios que mais parecem corporações onde estes visitantes provavelmente trabalham; a presença de um café e uma loja e a música secular tocada na recepção; a falta de cruzes e outros símbolos cristãos; os cultos que são *shows* de *rock* e entretenimento; e até a linguagem usada (evitando palavras como “crente” e “culto”, como os pastores da *Hillsong* me disseram). No livro (Rocha, 2024), faço uma análise mais profunda de como as infraestruturas religiosas auxiliam o sucesso e a expansão global da megaigreja. Reitero que não acredito que isto se traduza em uma secularização ou “contaminação” do cristianismo, como questiona Aguiar, mas sim de uma crescente complexidade e diversidade presente no cristianismo no século XXI.

Por fim, Aguiar traz o conceito de *coaching* e o engajamento dos evangélicos com a política, uma forma de cristianismo não religioso. Primeiramente, é importante notar que esta mescla de “oração, palestras sobre temas como inteligência emocional e empreendedorismo” (Aguiar, 2024, neste número) (características do *showmício* de Pablo Marçal descritas pelo autor) é comum

nas megaigrejas, onde a cultura terapêutica do aprimoramento pessoal têm florescido devido ao crescimento do neoliberalismo. Ao analisar este fenômeno, Cornelio (2024, p. 250) observa que a teologia da prosperidade nestas megaigrejas tem como característica central o bem estar, e este se traduz em três áreas: cura, prosperidade material e realização pessoal. Enquanto as duas primeiras áreas caracterizavam as formas anteriores da teologia da prosperidade, a última – a realização pessoal – é um desenvolvimento mais recente. Cornelio afirma que esta cultura terapêutica tem crescido no Sul Global devido à ascensão da classe média que aspira à mobilidade social ainda que se encontre em situação precária. Creio que aí se encontra a chave do crescimento do *coaching* no Brasil – uma sociedade profundamente desigual onde o estado de bem estar social é quase inexistente. Nesta sociedade cada vez mais neoliberal, o indivíduo é deixado à sua própria sorte a lutar pelo seu bem-estar individual, com a ajuda de técnicas de empreendedorismo e orações.

Em sua discussão sobre Marçal e *coaching*, Aguiar reproduz uma entrevista em que Marçal diz que ele não é religioso e que seu cristianismo é um *lifestyle*. A partir disto, o autor reafirma que há um descolamento do cristianismo cool da religião. Do mesmo modo, ouvi muitas vezes pastores brasileiros dizerem na plataforma que o cristianismo não era uma religião mas a própria vida. Mas será isto mesmo? Será que esta não é somente um ponto de vista êmico? Se, para estes atores, o cristianismo não é visto como religião é porque, como creio que Aguiar (2024, neste número) interpreta corretamente a fala de Marçal, este cristianismo é visto “como um modo de pensamento englobante, um componente central de sua identidade pessoal e, portanto, um elemento indissociável de suas práticas de *coaching*”.

Acrescento a isto o desejo de “hegemonizar o cristianismo” como definidor da identidade nacional (não apenas pessoal) como uma maneira de refutar a concepção do país como uma nação pluralista religiosa, como analisa Joanildo Burity (2023) em seu estudo sobre o populismo religioso

no Brasil⁹. Burity (2023, p. 8) nota que, no Brasil, “elementos do discurso conservador secular da extrema direita [...] somaram-se a elementos do discurso conservador religioso” evangélico e católico para anular os ganhos de minorias religiosas e de gênero. Este fenômeno em que a extrema direita¹⁰ coopta o cristianismo para fins de nacionalismo e uma virada à direita está presente na Europa e Estados Unidos (Brubaker, 2017; Cremer, 2023). Lá, a forte secularização esvaziou o cristianismo de seu aspecto religioso e doutrinário. A partir daí, ele pôde ser recriado e instrumentalizado como patrimônio, isto é, como a identidade civilizatória do Ocidente associada à supremacia da raça branca. Não obstante a existência deste fenômeno de união de forças da extrema direita secular e cristã para fins políticos e nacionalistas, no Brasil, diferentemente da Europa, o cristianismo tem crescido no país. Esta é uma das razões que penso que o cristianismo descolado não é necessariamente não religioso, particularmente para os fiéis. Se este estilo é adotado por elementos da extrema direita (políticos, aspirantes a políticos e pastores) para fazer seu nome mais atraente aos fiéis, aí sim ele se esvazia do elemento religioso como pensa Aguiar.

Encerro esta réplica novamente agradecendo aos autores dos comentários pela generosidade com que leram e se juntaram a mim para pensarmos este novo estilo de cristianismo do século XXI, o qual inclui as mídias digitais, o afeto, as sensações, imaginários, a estética e materialidade e como ele é perpassado por diferenças de classe social, raça, gênero e assimetrias de poder entre o Norte e o Sul Globais.

⁹ Para uma boa discussão do crescimento da extrema direita no Sul Global e como este se diferencia do seu crescimento no Norte Global, ver Pinheiro-Machado e Vargas-Maia (2023).

¹⁰ Para uma boa crítica do uso do termo “populismo” para designar a extrema direita, ver Mondon e Yates (2024).

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Taylor de. A invisibilidade do religioso no “cristianismo descolado”: comentários ao texto de Cristina Rocha. *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 24, n. 45, p. 1-18, 2024
- BENJAMIN, Walter. Capitalism as Religion. In: MENDIETA, Eduardo (org.). *The Frankfurt School on Religion*. Nova York: Routledge, 2005..
- BRUBAKER, Rogers. Between Nationalism and Civilizationism: The European populist moment in comparative perspective. *Ethnic and Racial Studies*, n. 40 (8), p. 1191-1226, 2017.
- BURITY, Joanildo. Um Momento Populista na Religião?. *Ciencias Sociales y Religión*, v. 25, p. e023003, 2023.
- COMAROFF, Jean. Pentecostalism, Populism and the New Politics of Affect. In: FREEMAN, Dena (org.). *Pentecostalism and Development: Churches, NGOs and Social Change in Africa*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, p. 41–66, 2012.
- CONNOLLY, William E. The Evangelical-Capitalist Resonance Machine. *Political Theory*, v. 33, n. 6, p. 869–886, 2005.
- CORNELIO, Jayeel. Prosperity and the Therapeutic Turn. In: ADOGAME, A.; BAUMAN, C. M.; PARSITAU, D.; YIP, J. (org.). *The Routledge Handbook of Megachurches*. Nova York: Routledge, p. 249-260, 2024.
- CREMER, Tobias. *The Godless Crusade: Religion, Populism and Right-Wing Identity Politics in the West*. Cambridge: Cambridge University Press, 2023.
- ELDER, Catriona. *Being Australian: Narratives of National Identity*. Sydney: Allen & Unwin, 2007.
- FRESTON, Paul. Pentecostalism in Brazil: A Brief History. *Religion*, v. 25, p. 119–133, 1995.
- JOHNSON, Jessica. Megachurches, Celebrity Pastors, and the Evangelical Industrial Complex. In: FORBES, B. D. e MAHAN, J. H. (org.). *Religion*

and Popular Culture in America. Oakland: University of California Press, p. 159–176, 2017.

KIRBY, Benjamin. Pentecostalism, economics, capitalism: putting the Protestant Ethic to work. *Religion*, v. 49, n. 4, p. 571-591, 2019.

KNOBLAUCH, Hubert. Deprivatization, the Public Sphere, and Popular Religion. *Religion and Society: Advances in Research*, v. 2, p. 5-36, 2011.

LUHRMANN, Tanya. Metakinesis: How God Becomes Intimate in Contemporary U.S. Christianity. *American Anthropologist*, v. 106, n. 3, p. 518–528, 2004.

MADDOX, Marion. 'Rise Up Warrior Princess Daughters': Is Evangelical Women's Submission a Mere Fairy Tale?. *Journal of Feminist Studies in Religion*, v. 29, n. 1, p. 9-26, 2013.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: Sociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 2014 [1999].

MAUSS, Marcel. "Les techniques du corps". *Journal de Psychologie*, 23: 3-4. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003[1936].

MEYER, Birgit. Pentecostalism and Neo-Liberal Capitalism: Faith, Prosperity and Vision in African Pentecostal-Charismatic Churches. *Journal for the Study of Religion*, v. 20, n. 2, p. 5–28, 2007.

MEYER, Birgit. Introduction: From Imagined Communities to Aesthetic Formations: Religious Mediations, Sensational Forms, and Styles of Binding. In: MEYER, Birgit (org.). *Aesthetic Formations: Media, Religion and the Senses*. Nova York: Palgrave Macmillan, p. 1–28, 2009.

MEYER, Birgit; MOORS, Annelies (org.). *Religion, Media, and the Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 2006.

MONDON, Aurelien; YATES, Alex Yates. "The word 'populism' is a gift to the far right – four reasons why we should stop using it". *The Conversation*, 29 de fevereiro. Disponível em: <https://theconversation.com/>

the-word-populism-is-a-gift-to-the-far-right-four-reasons-why-we-should-stop-using-it-224488. Acesso em: 04/11/2024.

MOREIRA, Alberto da Silva. Cristianismo descolado: um caso de sincretismo com o mercado - comentários ao artigo de Cristina Rocha “Cristianismo descolado”: O Complexo Industrial Moda-Celebridades-Megaigrejas”. *Debates do NER*, Porto Alegre, ano 24, n. 45, p. 1-16, 2024.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana; VARGAS-MAIA, Tatiana. *The Rise of the Radical Right in the Global South*. Londres: Routledge, 2023.

ROCHA, Cristina. *O Zen no Brasil: Em Busca da Modernidade Cosmopolita*. Tradução de F. Wense. Campinas: Pontes, 2016 [2006].

ROCHA, Cristina; OPENSHAW, Kathleen; VOKES, Richard. ‘Middle-class’ Africans in Australia: choosing Hillsong as a global home. *Culture and Religion*, v. 22, n. 1, p. 25–45, 2022.

ROCHA, Cristina. *Cool Christianity: Hillsong and the Fashioning of Cosmopolitan Identities*. Nova York: Oxford University Press, 2024.

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. 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, p. 1-10, 2024.

SARGEANT, Kimon. *Seeker Churches: Promoting Traditional Religion in a Nontraditional Way*. New Brunswick. Nova Jersey: Rutgers University Press, 2000.

SHORTER, Rosie; RICHES, Tanya. "We're told Pentecostal churches like Hillsong are growing in Australia, but they're not anymore – is there a gender problem?". *The Conversation*, 26 de fevereiro. Disponível em: <https://theconversation.com/were-told-pentecostal-churches-like-hillsong-are-gro>

wing-in-australia-but-theyre-not-anymore-is-there-a-gender-problem-199413.
Acesso em: 04/11/2024.

Recebido em: 04/09/2024

Aprovado em: 14/09/2024

ARTIGOS