

EDUARDO MEINBERG DE ALBUQUERQUE MARANHÃO F.

A GRANDE ONDA VAI TE PEGAR:

Mídia, mercado e espetáculo da fé na Bola de Neve Church

FLORIANÓPOLIS, SC

2010

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA EDUCAÇÃO – FAED
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA – MESTRADO**

EDUARDO MEINBERG DE ALBUQUERQUE MARANHÃO Fo.

A GRANDE ONDA VAI TE PEGAR:

Mídia, mercado e espetáculo da fé na Bola de Neve Church

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade do Estado de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do título de *mestre em História*

Orientadora: Professora Doutora Márcia Ramos de Oliveira

Co-Orientador: Professor Doutor Artur César Isaia

**FLORIANÓPOLIS, SC
2010**

EDUARDO MEINBERG DE ALBUQUERQUE MARANHÃO Fº.

A GRANDE ONDA VAI TE PEGAR:

Mídia, mercado e espetáculo da fé na Bola de Neve Church

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do título de mestre, no curso de Pós-Graduação em História da Universidade do Estado de Santa Catarina.

Banca Examinadora:

Orientadora:

Professora Doutora Márcia Ramos de Oliveira
PPGH/Universidade do Estado de Santa Catarina

Co- Orientador:

Professor Doutor Artur César Isaia
PPGH/Universidade Federal de Santa Catarina

Membro:

Professora Doutora Mara Rúbia Sant'Anna-Müller
PPGH/ Universidade do Estado de Santa Catarina

Membro externo:

Professora Doutora Heloísa de Araújo Duarte Valente
ECA/Universidade de São Paulo

Suplente:

Professora Doutora Maria Teresa Santos Cunha
PPGH/Universidade do Estado de Santa Catarina

Florianópolis, 24 de fevereiro de 2010

A Deus, que eu amo com todo meu coração, alma, entendimento e potência,
por ter me dado o Sopro de Vida, coragem, dinamismo e vitalidade

A meus avós (melhor parte de mim) e pai, exemplos vivos e doces, ainda que na memória

Às minhas queridas Cecília e Camilla, mãe e prima, que amo mais que quase tudo no mundo, que
Deus abençoe e ilumine seus corações sempre

AGRADECIMENTOS

A carpintaria deste texto foi refinada de modo especial pela minha Orientadora e meu Co-Orientador, a quem expresso gratidão em alto nível: Márcia Ramos de Oliveira e Artur César Isaia. Com eles, algo de relevante com certeza se formou.

À CAPES (*Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior*), e à PROMOP (*Programa de Bolsas de Monitoria de Pós-Graduação*)/UDESC, agências financiadoras que me auxiliaram na concretização de minha pesquisa e escrita.

Ao PPGH/UDESC, por ter me oportunizado boa parte do ferramental necessário para a consecução da minha pesquisa. Ao *GT Nacional de História das Religiões e Religiosidades* da ANPUH Nacional e à *História Agora – Revista de História do Tempo Presente*.

Às Professoras Maria Teresa Santos Cunha, que compôs a minha *Qualificação*, Mara Rúbia Sant'Anna-Müller e Heloísa de Araújo Duarte Valente, que compuseram minha *Defesa de Dissertação* e Janice Gonçalves, que me recebeu em meu estágio de docência em *História Contemporânea 2*. A aqueles com quem exerci diálogos generosos ou auxiliaram de modos diversos a fazer brilhar meu trabalho: Alberto Gonçalves, Arnaldo Hass Jr., Roberto Spiritus, Daniela Novelli, Emy Lunardi, Fernando Santos, Jacqueline Dolghie, Josiane Magalhães, Leonildo Campos, Lindolfo Martelli, Lolita Guerra, Marlon Macarini, Raquel Abreu, Ricardo Vitorino, as Roses, e *em especial: Celso Vitelli e família e Eduardo Paegle*. Aos investigadores que me antecederam nas pesquisas sobre a BDN: Aline Durães, Bruna Suruagy Dantas, Márcio Bergamo de Araújo, Eduardo Orige, Eduardo Refkaletsky e Thiago Fuschini, gostei muito de seus trabalhos. E sem elas, meu trabalho não seria o mesmo: Joaquina, Mole, Conceição, Barra, Prainha, pelas sessões de ócio produtivo, mergulho meditativo e bronzeamento de idéias.



Jacó lutando com o Anjo, 1850

DELACROIX, Eugéne

E o anjo disse: Me deixa subir, pois a alva está surgindo. Porém, ele disse: não te deixarei ir, ao menos que me abençoe primeiro

Gênesis 32: 26

RESUMO

Nesta dissertação, intitulada *A grande onda vai te pegar: Mídia, mercado e espetáculo da fé na Bola de Neve Church*, procuro identificar como a igreja neopentecostal Bola de Neve se midiática e se insere num contexto de espetacularização e mercadorização próprios da sociedade do tempo presente, tendo como objetivo principal perceber as maneiras como ela veicula as mercadorias que produz e os discursos os quais se apropria, e como ambos se associam. A dissertação se forjou através de três capítulos: no primeiro, trabalho identificando um contexto mais abrangente, relacionando as igrejas neopentecostais a uma cultura de massa e a uma sociedade espetacular, dando ênfase à Bola de Neve Church. Em seguida, procuro observar algumas das estratégias de *marketing* da instituição, e no capítulo final, alguns de seus discursos, dando ênfase à questão do corpo e da sexualidade do fiel e à análise de uma canção *gospel* específica.

Palavras-chave: Bola de Neve Church. estratégias. discursos. corpo. canção *gospel*.

ABSTRACT

In this dissertation, entitled *The high tide will get you: Media, marketing and show faith in Bola de Neve Church*, I try to identify how the neo-pentecostal church Bola de Neve mediates itself and puts itself in a context of spectacle and commodification, typical of the present time's society, aiming to understand the main ways in which it conveys the goods it produces and the speeches which appropriates, and as both are associated. The dissertation was forged through three chapters: first, by identifying a broader context, relating the neo-pentecostal churches to mass culture and a spectacular society, emphasizing the Bola de Neve Church. Then try to observe some of the strategies of marketing of the institution, and in the final chapter, some of his speeches, emphasizing the issue of sexuality and the body of the faithful and analysis of a specific gospel song.

Key-words: Bola de Neve Church. strategies. speeches. body. gospel song.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: <i>Viajante sobre o Mar de Névoa</i> , de Caspar David Friedrich.....	19
Figura 02: <i>Angelus Novus</i> , de Paul Klee	19
Figura 03: Quem somos.....	54
Figura 04: Ministérios	70
Figura 05: Circuito Bola de Neve de Skate Amador	72
Figura 06: Torneio de futebol de mulheres	73
Figura 07: Detalhe do <i>layout</i> do sítio da Bola de Neve Church	77
Figura 08: Capa da Revista Crista, número 1.....	77
Figura 09: Sítio da Bola de Neve Church	87
Figura 10: Logotipo oficial da BDN, que é acompanhado do <i>slogan In Jesus we trust</i>	89
Figura 11: Sede da BDN em Perdizes, São Paulo, 2007	92
Figura 12: Foto do ministério dos Atalaias da BDN	95
Figura 13: Sítio da Lojinha ou Shopping da BDN.....	98
Figura 14: <i>Stand</i> da BDN na Expo Cristã 2009.....	107
Figura 15: Bola Radio	112
Figura 16: Bola Radio Extreme	114
Figura 17: Bola Radio Worship.....	116
Figura 18: Excursão à Terra Santa	119
Figura 19 a 22: Sítio da Bola TV.....	120
Figura 23: Página que acessa as edições da Revista Crista	123
Figura 24: Segunda edição da Revista Crista.....	124
Figura 25: Segundo Campeonato de Surf Bola de Neve Praia Grande	126

Figura 26: Comendo Bola.....	128
Figura 27: Seminário de Libertação e Cura Interior em Atibaia.	136
Figura 28: Conferência Profética	137
Figura 29: XV Congresso de Batalha Espiritual	139
Figura 30: Ministério Atacar	142
Figura 31: Evangelismo em Santos	145
Figura 32: Geração Recabitas	146
Figura 33: Homenagem da Câmara de Santos à BDN local	148

LISTA DE ABREVIATURAS

BDN: Igreja Evangélica Bola de Neve ou Bola de Neve Church

ICAR: Igreja Católica Apostólica Romana

IMPD: Igreja Mundial do Poder de Deus

IURD: Igreja Universal do Reino de Deus

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
Capítulo 1: A FÉ E O TRINÔMIO: MERCADO, MÍDIA E ESPETÁCULO	23
Os pentecostalismos e a inserção neopentecostal ao mercado, mídia e espetáculo.....	39
De um floquinho a uma avalanche: mito fundador, identidade e cotidiano da BDN	53
Capítulo 2: ESTRATÉGIAS DE MARKETING DA BDN	83
O sítio oficial.....	84
Os <i>slogans</i> e a espetacularização do patrimônio	90
As marcas e a <i>Lojinha da Bola</i>	97
Mídias diversas: rádio, tevê, impressa e outras	109
Capítulo 3: DISCURSOS DA BDN	129
Discurso bélico e econômico.....	134
O corpo como referente discursivo e midiático.....	156
A canção <i>gospel</i> como referente discursivo e produto religioso	169
Análise de uma canção: <i>Caia Babilônia</i>	185
Contextualizando.....	186
Música e poética.....	195
CONSIDERAÇÕES FINAIS	212
FONTES	217
REFERÊNCIAS	219
ANEXO	233