



ANAIS

**X Seminário Internacional Práticas Religiosas no Mundo
Contemporâneo**

IX Colóquio Nacional Cultura e Poder

**VIII Seminário de Pesquisas do Laboratório de Estudos
sobre Religiões e Religiosidades**

V Simpósio Regional da ABHR/Sul

**Laboratório de
Estudos sobre Religiões e Religiosidades (LERR)**

Universidade Estadual de Londrina (UEL)

2023

**GT -8: As múltiplas faces da relação entre Mídias, Religiões e
Identidades Culturais**

WORSHIP NO BRASIL: JUVENTUDE, MARKETING RELIGIOSO, IDENTIDADE NO INTERIOR DA IGREJA EVANGÉLICA

Andressa Fernanda de Arruda (UENP) andressa19arruda@gmail.com ¹

2

O presente trabalho tem como objetivo analisar os fatores que contribuí para o aumento da juventude nos bancos das igrejas evangélicas brasileiras nos últimos anos. O movimento Worship saiu do interior das igrejas pentecostais estadunidenses no início do século XX, e no Brasil atualmente pastores e líderes evangélicos estão adotando o estilo “worship” para atrair o maior número de jovens e adolescente para as suas igrejas. Esses líderes investem em luzes chamativas, ambiente escuro, músicas emocionais, pregações estilo *coaching*, células (pequenos grupos) e outros meios para tornar a igreja um espaço mais moderno, atraindo também a classe média que procura lugares e discursos que confirmem as suas visões de mundo.

Através da pesquisa de autores como Taylor Aguiar, André Prado, Eduardo Meinberg, Carla Dendasck será mostrado as diferentes facetas do movimento “worship”, apresentando conceitos como identidade, Marketing religioso, pertencimento, tendência de culto, cultura de adoração e estilo musical.

Palavras-Chaves: Worship. Identidade. Juventude. Igreja evangélica.

INTRODUÇÃO

A Ciência da Religião tem como objeto de pesquisa o *Sagrado* apresentado nas diversas religiões (ELIADE, 2008). Cada religião tem sua própria forma de se relacionar com esse *sagrado*. No caso das igrejas evangélicas, o *sagrado* está centrado na figura de Jesus Cristo, Ele é o sentido de toda a Bíblia, de acordo com os fiéis. Cada denominação evangélica, interpreta o *sagrado* de acordo com a sua forma de interpretação das Escrituras Sagradas. Igrejas consideradas tradicionais, como a Presbiteriana, Luterana, Metodista e Batista priorizam mais o estudo dos livros sagrados, e o culto racional.

Porém, no início da década de XX no Estados Unidos, começou a crescer movimentos evangélicos, que buscavam experiências sobrenaturais com Deus. O *batismo no Espírito Santo*, e o *ato de falar línguas* estranhas (glossolalia), são fenômenos presentes no que chamamos de Pentecostalismo. No Brasil temos exemplos de igrejas como Evangelho Quadrangular, Assembleia de Deus, Congregação Cristã no Brasil, O Brasil para Cristo entre outras.

¹ Licenciada em História pela UENP, Especialista em Ciências da Religião e Ensino Religioso pela UENP. Professora no Centro Paula Souza (ETEC). Email para contato: andressa19arruda@gmail.com

Na década de 1970 e 1980 no Brasil, cresce programas Televangelistas com o objetivo de evangelizar e conquistar o maior número de fiéis para suas igrejas. Pastores como Edir Macedo, R.R Soares, e Valdomiro Santiago, inauguram o. O neopentecostal ou novo pentecostal, com oradores carismático e sua doutrina baseada na batalha espiritual e prosperidade financeira conquistaram a camada mais carente da população brasileira (Guerra, 2021). Cultos com *exorcismo, pregações sobre prosperidade, emocionalismo* são presentes nos Programas Televisivos, entretanto, devido ao grande custo financeiro para manter programas em rede nacional, é a minoria das Igrejas evangélicas que conseguem pagar por 1 hora por semana para as emissoras de televisão.

Com a popularização e o acesso maior a internet, muitas igrejas investiram em redes sociais e plataformas como *You tube* para divulgarem seus cultos, manter o contato com seus membros e conseguirem mais adeptos.

Pertencimento e Identidade

Durante a pandemia da Covid-19 de 2020 a 2022, muitas igrejas diante da ordem do não aglomerar, não eram autorizadas a abrir para os cultos presenciais, mediante a isso optaram por investir no *online*. Compraram filmadoras, aparelho de sons, investiram em um ambiente adequado para o *culto online*, para que o fiel, mesmo não estando fisicamente no local, se sentisse pertencente aquele culto, mesmo que diante das telas de um celular, Tv ou computador. Esta situação que foi realidade para muitas igrejas de 2020 a 2021, mostra que um dos componentes principais para a existência de umas comunidades religiosas é a presença do pertencimento e da identidade:

Primeiramente, podemos afirmar que essa experiência religiosa se organiza em comunidade. Em seguida, que tal experiência acontece no limite dessa comunidade. E por fim, que o cotidiano religioso dessa comunidade implica na identidade dos membros, no sentimento de pertencimento destes em relação a ela, comunidade. Mas, o que significa comunidade? Um grupo de pessoas, apenas? Algo além? Para o sociólogo Zygmunt Bauman, autor de - “Comunidade: busca por segurança no mundo atual”, sim. Comunidade é mais que um aglomerado. É algo que significa “coisa boa”. Que nos remete a um sentimento bom de segurança, de participação e inclusão social. Estar em uma comunidade, ter uma comunidade, é essencialmente algo bom. (PRADO, p.359, 2012)

A maior parte das experiências religiosas acontecem em grupo, seja ele pequeno ou com uma quantidade grande de pessoas, o que faz uma pessoa pertencer a uma vertente religiosa, além da doutrina, é se ele consegue pertencer a tal comunidade religiosa. No movimento “Worship”

não é diferente. Para atrair a Classe Média, Jovens e Adolescentes, a Igreja adota um sistema de culto diferente das igrejas tradicionais evangélicas. Primeiro, o Jovem não precisa mudar o seu estilo de se vestir, “ Pois Cristo o aceita do jeito que você é”, ele pode ser atleta, roqueiro, sertanejo que ele vai ser aceito na igreja.

Além dos cultos, projetos, e festas, se adotou nas igrejas evangélicas o costume de um pequeno grupo de pessoas a se reunirem no mínimo 1 vez na semana para conversarem, e estudarem a Bíblia, no final ou no início de cada reunião é feita uma confraternização entre o grupo. Essas reuniões podem ser chamadas de Pequenos Grupos, ou Células, sendo a última o termo mais usado nas igrejas. As Células são instrumentos imprescindíveis para a identidade e o pertencimento do fiel à comunidade religiosa, pois nessas reuniões o fiel pode estreitar o seu ciclo de amizade, e também fazê-lo pertencer aquele grupo, criando uma identidade com o mesmo

Além da questão do pertencimento e da identidade, o Marketing Religioso que pode ser manifestado através da guerra santa, ou seja guerra espiritual entre o bem e o mal, e através da experiência espiritual dos fiéis.

Marketing com a guerra santa

A expressão “Marketing com a guerra santa” é atribuída a Eduardo de Albuquerque, quando ele escreve a obra “ A grande onda vai te pegar. Marketing, espetáculo e ciberespaço na Bola de Neve Church”, usa esse termo ao falar da igreja evangélica Bola de Neve, mas o que é o Marketing com a guerra?

Grande parte das igrejas evangélicas acreditam na batalha espiritual entre o bem e o mal, o marketing com a guerra santa tem no mínimo duas características. A primeira é a crença na batalha espiritual entre o bem e o mal, onde Deus seria o representante do Bem, e o Mal as “ hostes espirituais da maldade” (Efésios 6:12 ao 17). O segundo significado seria a utilização de termos bélicos para que a instituição permaneça no “mercado”.

O terceiro significado estaria ligado ao preconceito que as igrejas evangélicas teriam de outras vertentes religiosas, principalmente as de matriz africana. Termos como “*macumbeiros*”, “*idólatras*”, “*impuros*”, são termos extremamente usados por evangélicos para recriminarem alguma conduta de alguém de outra fé.

Esses termos são representados em músicas, pregações, redes sociais, abaixo serão apresentados alguns exemplos de “Marketing com a guerra santa”:

“Quem pratica o marketing de guerra santa deve identificar as práticas de consumo, oferecer ambiente em que as sensações de inclusão e pertencimento, e de envolvimento com o divino sejam contempladas, estimulando a adesão a discursos, ritos e práticas e a aquisição de mercadorias religiosas. Apostar na satisfação dos apetites e anseios dos/as crentes consumidores/as, oferecendo bens que simbolizam sentimentos de felicidade, prosperidade, inclusão e sucesso, impulsionando o mercado religioso, é condição *sine qua non* do gerenciamento feito pelos/as estrategistas de marketing de guerra santa.” (PRADO; p. 53, 2012)

De uma forma mais branda, nas igrejas da “parede preta”(termo usado por alguns, ao se referirem a alguma igreja formato “worship”), o discurso da “guerra- santa” não é tão centrado em vencer o pecado, ou deixar os hábitos mundanos em troca de uma vida mais correta. Pregações com características “coaching” estão cada vez mais presente nos púlpitos das igrejas. Pastores e pregadores utilizam as histórias bíblicas no intuito de incentivar a plateia a ir busca da prosperidade financeira, estabilidade emocional e dos relacionamentos.

São discursos otimistas e positivos que atraem milhares de pessoas a ouvirem Youtubers como Tiago Brunet, Deive Leonardo, ao longo dos capítulos será aprofundada essa questão.

O Worship

O termo “Worship” vem do inglês e significa “Adoração” em inglês . O movimento em si tem a suas raízes nos Estados Unidos da América, no século XX, através de movimentos evangélicos que protestavam contra o conservadorismo da religião dando ênfase na música, além de terem o objetivo de conquistarem a juventude.

O “worship” não é um nome de uma determinada igreja ou denominação, mas pode-se chamar de uma nova “roupagem” que está sendo adotada pelas igrejas evangélicas, ou melhor, uma forma diferente de culto, e estilo de vida evangélico.

Trata-se das próprias igrejas evangélicas se reinventando a fim de atrair novos membros, visto que a maior parte da evasão das igrejas começa por volta dos 12 anos, pois muitos adolescentes começam a questionar os dogmas impostos. Alguns jovens não veem os seus anseios sendo supridos pela religião, e acabam abandonando a fé, tomando decisões que muitas vezes são condenados pela igreja.

Para atrair a juventude, foi necessário que muitas igrejas pensassem em estratégias. Aguiar (2020) aponta 3 características fundamentais presentes no movimento: o estilo musical, cultura de adoração e tendência de culto.

O estilo musical

Marchas-baladas de longa duração, com refrões repetitivos, misturando músicas agitadas e lentas compõe os cultos (AGUIAR, 2022), muitas delas são traduções de versões internacionais de bandas norte-americanas como Hillsong Church, Bethel Music e etc. Sobre os cultos, Taylor diz:

No culto, quando o som dos pads toma conta do ambiente do templo, busca-se evocar constantemente a contrição nos adoradores. Sendo o som um produto material, é através dele que a igreja passa a entrar no mesmo “clima” de adoração. As emoções são ativadas e liberadas à medida que os pads reproduzem notas leves e épicas. As situações melodramáticas acionadas discursivamente na pregação encontram no som ambiente a “almofada” perfeita para que a mensagem do Reino encontre o coração dos adoradores. (p. 86, 2020)

Na maior parte das igrejas, é a banda que dá início aos cultos, formada geralmente por guitarra, violão, teclado, baixo-elétrico com geralmente 3 a 6 cantores, o “ momento de louvor” é visto por muitos como uma preparação para a palavra que será pregada, ou seja, o louvor é o que preparará o fiel para a receber o discurso que será feito pelo pregador. Através dos louvores o fiel poderá buscar pela “ presença de Deus” podendo se manifestar por emoções como choro, orações, e em muitos casos a *Glossolalia* (o falar línguas estranhas). Após o louvor, feito o momento dos dízimos/ ofertas, recados, apresentações, e por último a pregação

Muitos oradores na hora de suas ministrações , pedem um fundo musical, geralmente feito por um piano ou teclado, para trazer um ambiente intimista e calmo nas suas ministrações, como diz Guerra (2021).

Cultura de adoração

A cultura de adoração ou estética de adoração, tem suas origens nas igrejas estadunidenses que utilizam estratégias para atrair a juventude cristã, através de músicas e experiência religiosas (GUERRA, 2021). Ao contrário das igrejas protestantes tradicionais que priorizavam a racionalidade e o estudo das escrituras, o pentecostalismo norte americano do século XX buscava com grande veemência o batismo no “ Espírito Santo” e a *Glossolalia* (falar línguas

estranhas), buscando transe coletivo, muitos se escandalizavam e líderes tradicionais faziam críticas veemente ao movimento (GUERRA, 2021).

No “ worship ”, as igrejas querem que os seus membros tenham as suas experiências espirituais de forma mais individual e intimista, o lugar escuro favorece maior liberdade nesta busca:

A busca pela conquista do divino através das sensações ainda está presente no movimento Worship, mas ele se dá de modo mais intimista, individual e ancorado no cientificismo. Todas as partes do culto, as cores, promover a conexão dos fiéis com Deus. Para além das grandes demonstrações de fé e milagres, o Worship promove um Deus mais ordeiro e relacional, que utiliza gatilhos psicológicos para ativarem uma comunhão fabricada. (GUERRA; p 12, 2021)

Longe das grandes manifestações de possessões demoníacas, curas e milagre, o centro do “ worship” é a liberdade do indivíduo, para que ele possa ter suas sensações sem ser observado ou julgado.

O objetivo dessas igrejas é atrair pessoas para algo mais íntimo e informal, através de músicas mais “ modernas” e de pregações mais informais, os pregadores com o auxílio de técnicas coach e psicologia moderna, pegam histórias bíblicas formando uma palestra motivacional para a plateia:

Com um sermão realizado como em tom de uma conversa informal, os pastores encontram conselhos ancorados na psicologia moderna e encontrados, em exemplos de histórias, na Bíblia para transmitir seus ensinamentos ao público.

Tudo é pensando. Tudo é bem planejado. A oratória, própria de coachs e de livros de autoajuda, e o ambiente que facilita a contrição e a busca individual pelo sagrado. (GUERRA; p.12; 2021)

Estilo de culto

Com a popularização das redes sociais, como plataformas como YouTube no Brasil, muitos pregadores conquistaram milhões de seguidores em suas redes, com vídeos com milhões de visualizações. Os discursos motivacionais e “ animadores” feitos por oradores carismáticos como Deive Leonar e Tiago Brunet, multidões ouvem com admiração e fé seus discursos, pois fala de prosperidade financeira, sucesso no relacionamentos com Deus e outras pessoas (GUERRA; 2021). O Marketing religioso se manifesta quando é oferecido palavras de encorajamento a pessoas que muitas vezes estão passando dificuldades na vida, dando o conforto e animando as pessoas a buscarem a felicidade, elas sempre estarão presente nos cultos, comprando livros, camisas e outros objetos que esses livros carismáticos vendem

Além disso essas igrejas investem em aparelhos tecnológicos para transmitir os cultos para as plataformas digitais, fazendo com que jovens e adolescentes cada vez mais frequente e comprem e internalizam o que a igreja pode oferecer, manifestando o marketing religioso em favor da instituição.

Muitos líderes justificam o escuro nos seus cultos, para que o foco se concentrem ao que esta sendo apresentado no púlpito,

“O ambiente é produzido para que a atenção seja no palco e que não haja distrações de atenção do que acontece. Tudo é pensando. Tudo é bem planejado. A oratória, própria de coaches e de livros de autoajuda, e o ambiente que facilita a contrição e a busca individual pelo sagrado.” (GUERRA, p. 12, 2021)

Guerra aponta a intencionalidade do ambiente, seja para facilitar a concentração do fiel ao que está à frente, seja para a preparação da mente aos discursos de autoajuda, coaching, feitas por alguns líderes religiosos como Tiago Brunet e Deive Leonardo

Abaixo estão fotos coletadas de redes sociais, mostrando um pouco da ambientação das igrejas:



Igreja Lagoinha- Ourinhos- Sp (foto de rede social)

https://www.instagram.com/p/Cp1Lbn4jnBn/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==



Igreja Miregra em Ourinhos-SP (Foto de rede social)

https://www.instagram.com/p/CkqftjeuzHm/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==



Igreja Miregra em Ourinhos- SP (Foto de rede social)

https://www.instagram.com/p/CjQrSikOIDS/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==



Igreja Miregra- Ourinhos-SP (foto de rede social)

https://www.instagram.com/p/CoXmg5vucp3/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==



Igreja Videira em Ourinhos-SP (foto de rede social)

https://www.instagram.com/p/CtKn0Fcungh/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFiZA==

Crítica ao Worship

Muitos pastores e líderes cristãos fazem críticas árduas ao movimento *Worship* e a sua estética de culto, seja pela música, ambiente e pregações segundo eles, teologicamente rasas.

Em entrevista ao site **noticias.gospelmais**, o compositor norte-americano Keith Getty, em entrevistas faz críticas as músicas atuais tocadas na igreja, que de acordo com sua análise, são canções emocionalistas, centradas na vida terrena ao invés de serem focadas na sã doutrina:

“Muitas canções de adoração estão focadas nesta Terra”, disse ele. “Acredito que o movimento de adoração moderno é um movimento de relevância

cultural. É a descristianização do povo de Deus. É totalmente perigoso. Não tenho nenhuma queixa dizendo: ‘Basta’. Isso não pode acontecer para construir uma geração autêntica”, reiterou.”

O líder religioso norte- americano Matt Merker no site **Fiel ao Ministério**, aconselha como deve ser o louvor, orientando a partir do seu texto a evitar os “ Três perigos do momento de louvor do culto”. O primeiro deles é a fragmentação da ordem do culto, visto que o “ momento de louvor” não pode ter maior tempo do que o sermão, o ideal é que ambas as partes tenham o mesmo período de tempo, se o culto tem a duração de 1 hora, deve ter 30 minutos para os cânticos, e 30 minutos para o preletor.

O segundo erro é a super valorização do louvor, ignorando outras partes musicais dos cultos como as orações, a pregação, os agradecimentos. De acordo com o líder, a banda ou o conjunto musical dedica-se boa parte do tempo nos cânticos, mas esquecem de dedicarem tempo para as orações públicas e agradecimento, dando a entender que o elemento principal do culto são as músicas.

O terceiro erro é o perigo do momento de louvor fomentar o entretenimento, ou seja, os louvores tocadas serem simplesmente para entreterem os fiéis, dando atenção nos solos as guitarra, nas técnicas das bandas e orquestra, ao invés de hinos que apresentem as doutrinas bíblicas.

O pastor João de Souza em seu blog **Pastorjoaodesouza.com.br** escreveu uma matéria sobre “ A Nova Modas das Igrejas: Ambientes escuros e Negros!”, nesse artigo o ele aponta que anteriormente as igrejas eram espaços formados por cores claras, com quadros de paisagens, rios, cachoeiras, lagos, mas de uns anos pra cá, as igrejas vem adotando cada vez mais o escuro, com luzes que enfatizam somente o que esta sendo apresentado nos púlpitos.

Mediante a isso, o pastor faz as seguintes conclusões. A cor preta presente nos teatros, cinemas, tem a função de centralizar a atenção somente no que esta sendo apresentado, evitando que o espectador se distraia com alguma pessoa que esteja ao seu lado. No caso das igrejas, o foco esta geralmente no pregador, nos músicos, que muitas vezes estão com roupas descoladas, adereços, tatuagens, dando uma implícita ideia de um show.

O autor reforça o aumento do egocentrismo e a busca de individualidade em espaços escuros e discretos. As pessoas que procuram esses lugares não querem ser observadas, prejudicando a criação de relacionamento saudáveis dentro das igrejas, pois os irmãos se tornam invisíveis um ao outro.

Na parte espiritual, o autor faz uma severa crítica as pregações atuais:

Ficaria contente se nesses templos pretos e sem luminosidade os pastores pregassem contra o pecado, falassem da necessidade de arrependimento, da necessidade da purificação pelo sangue de Cristo; se os pastores levassem as pessoas a mudarem de vida para que sejam libertas dos demônios e batizadas no Espírito Santo; se houvesse manifestações demoníacas nos cultos – raridade hoje – e se parassem de pregar sobre autoajuda e conclamarem seus ouvintes a uma mudança radical de vida. Repito, se tudo isso ocorrer dentro de um ambiente preto e lúgubre, voltarei atrás no que escrevi! Mas, de maneira geral muda-se a cor do templo e muda-se também a “cor” do evangelho!

12

Em resumo, os líderes acima citados entregam as principais críticas ao movimento *worship*, pois para eles, a preocupação maior do movimento é tornar as músicas a parte principal do conteúdo, concentrada nos músicos que se vestem de forma descoladas, e pregadores que não pregam o arrependimento e a mudança de vim, mas palavras de animo, autoajuda que faz com que o indivíduo se sinta bem e não tenha uma drástica mudança de vida.

No ano de 2022 nas plataformas de streamings como HBO, Discovery Channel, Apple app, foi lançado um documentário norte-americano chamado “Hillsong: A Megachurch Exposed” (Hillsong: um escândalo atrás da megaigreja) dirigido por Dan Johnstone, apresenta a história da igreja que é uma das maiores representantes do movimento “worship” no mundo. Com início na Austrália, se espalhando ao redor do mundo, a denominação tem a sua forte característica nas músicas, muitas delas ainda tocam nas igrejas ao redor do mundo. A filial mais famosa é a estadunidenses, conhecida como a “igreja dos famosos” vários artistas como Justin Bieber frequentou por um certo tempo a denominação.

A intenção do longa é apresentar os escândalos sexuais que a instituição escondidos por de trás dos palcos, das músicas e de pregações otimistas. Algumas pessoas que relatam ter sofrido os abuso, frequentavam a denominação assiduamente. Por motivos de vergonha, muitas vítimas guardaram para si o acontecimento, revelando somente no documentário.

Pastores, líderes de louvor, células, professores de escola bíblica foram acusados de serem hipócritas, pois não viviam aquilo que pregavam, fazendo com que muitos membros saísse da denominação.

A história mais intrigante é a do pastor Carl Lentz, utilizando um estilo jovial e descolado, através de alegorias engraçadas, discursos motivacionais, e um certo apelo a abstenção sexual fora do casamento, o líder conquistou diversos jovens através do seu carisma, suas redes sociais era seguida por vários. A descoberta de um adultério mudou a sua imagem perante a igreja, perdendo vários seguidores e descredibilizado, se pronunciou declarando o seu arrependimento em uma página do Instagram, afirmando que lutaria pela restauração do casamento, todavia ele teve que renunciar o cargo como pastor.

O documentário, assim como qualquer material cinematográfico produzido, escolheu priorizar e recortar uma das facetas da igreja Hillsong, isso não significa que todas as suas filiais apresentem esse tipo de comportamento perante os fiéis, porém muitos críticos se utilizaram do material para aumentarem ainda mais a suas opiniões negativas ao movimento “worship”.

CONCLUSÃO

São diversos fatores que tentam explicar os motivos para o grande sucesso do movimento “Worship” nas igrejas evangélicas. A busca por sermões que não apelam contra o pecado, mas que encoraja o indivíduo a uma vida terrena prospera, unida a uma procura individual e discreta por “experiências” com o sagrado, que ao mesmo tempo é só, mas também tem o seu momento de interação com as pessoas, através de reuniões animadas com interações, comida e uma reflexão bíblica (as células ou pequenos grupos). A música como um elemento fundamental durante o culto, pois é o momento de preparação para que o fiel ouça a palavra e a aceite. Somada por um ambiente escuro mais semelhante a uma boate ou teatro, do que a uma igreja. Telões, câmeras, aparelhos de som, filmagens, e redes sociais fazem o culto atravessar as paredes da igreja, chegando ao fiel aonde ele está.

A classe média busca espaços que confirmem a sua visão de vida, ligada a meritocracia e a discursos de autoajuda misturado com lições de fé, feitos por pregadores descolados estilo coaching. Já a juventude quer um lugar para fazer amizades, trocar experiência, sem mudar seu

estilo de se vestir e se comportar. Ambos não querem ser notados, procurando um momento individual com o sagrado sem chamar a atenção.

Os líderes “ mais tradicionais” olham o movimento com certas desconfianças, pois de acordo com eles, as igrejas devem ser lugares onde não há shows e nem escuridão, mas sim um espaço onde prevaleça os ensinamentos bíblicos pautados no arrependimento, mudança de vida e na busca sincera do Espírito Santo, sem essa nova “ roupagem informal” que esta se propagando.

É necessário entender que as mudanças que o mundo passou ao longo de 20 anos, a popularização do acesso a internet, criação de redes sociais, e a facilidade de informações em mãos, contribuiu para a criação de uma nova visão sobre a religião cristã. A juventude não irá se interessar por denominações religiosas, que ainda não se inseriram nas redes sociais, que ainda usam os velhos hinários da harpa cristã, e por dogmas religiosos que só proíbam, nem a classe média esta interessada em ouvir pregações voltadas para a humildade e o abandono das vaidades terrenas. Isso resume a situação da sociedade contemporânea, cada vez mais individualista e egocêntricas.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Taylor Pedroso de. **A "cultura" para o Reino: materialidades e sentidos da adoração em uma juventude evangélica em Porto Alegre**. Porto Alegre, 2020.

AGUIAR, Taylor Pedro de. **Promovendo a “Cultura do Reino”: notas sobre música, religião e cultura a partir de uma juventude evangélica no sul do Brasil**. Debates do NER, Porto Alegre, v. 1, n. 37, p. 141-167, 2020.

AGUIAR, Taylor. **Worship - Jovens, música e coaching cristão. A presença evangélica no espaço público brasileiro**. Entrevista especial com Taylor Pedroso de Aguiar. Instituto Humanitas Unisinos – IHU: 12 mai. 2022. Entrevista concedida a Patrícia Fachin. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/159-entrevistas/618485-religiao-musica-juventude-e-coaching-cristao-a-presenca-evangelica-no-espaco-publico-brasileiro-entrevista-especial-com-taylor-pedroso-de-aguiar>. Acessado em: 16 de mai. de 2023.

DENDASCK, Carla. FERRARO, Danielle. **A influência glocal no movimento Worship**. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*. Ano 06, Ed. 01, Vol.08, pp. 94-107. Janeiro de 2021. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/ciencia-da-religiao/movimento-worship>, <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/ciencia-da-religiao/movimento-worship>

ELIADE, Mircea. **O Sagrado e o Profano: a essência das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 2ª Ed., 2008.

GETTY, Keith. **Movimento de adoração é perigoso e leva descristianização ao povo de Deus**. Notícias.gospelmais: 12 nov. 2019. Entrevista concedida a Tiago Chagas. Disponível em: <https://noticias.gospelmais.com.br/movimento-adoracao-perigoso-descristianizacao-125858.html>. Acessado em 07 de ago. de 2023.

GUERRA, Adonay. **“Você é o ponto fraco de Deus”: Televangelismo Coach como subgênero audiovisual no Youtube brasileiro**. Salvador: XVII Encontro de estudos multidisciplinares em Cultura, 2021.

MARANHÃO FILHO, Eduardo Meinberg de Albuquerque. **A grande onda vai te pegar: Marketing, espetáculo e ciberespaço na Bola de Neve Church**. São Paulo: Fonte Editorial, 2013.

MERKER, Matt. **Três perigos do “momento de louvor” do culto**. Ministério fiel, 2014. Disponível em: <https://ministeriofiel.com.br/artigos/tres-perigos-do-momento-de-louvor-do-culto/> em 07 de ago. de 2023.

PRADO, André Pires do. **OS TEMPLOS DA CONQUISTA: a Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) no Município de Ourinhos-SP (1950- 2012)**. 2012. 417 f. Dissertação (Mestrado em História). – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2012.

SOUZA, De João. **A Nova Moda das Igrejas: Ambientes Escuros e Negros!**. Pastor João de Souza, 2018 . Disponível em: <https://www.pastorjoaodesouza.com.br/123/?p=3099> .Acessado em 16 de ago. de 2023

A formatação da lista deve seguir as normas da ABNT NBR 6023/2002 e NBR 10520/2002; o

* * * * *