

8

“ASSEMBLEIANISMOS BRASILEIROS”

Marina Aparecida Oliveira dos Santos Correa¹

RESUMO

As comemorações do centenário do movimento pentecostal assembleiano no Brasil têm, sem dúvida, contribuído para o surgimento de significativas investigações sobre as Assembleias de Deus. Desse movimento participam, sob um mesmo nome, agentes e instituições, formando uma realidade religiosa diversificada com mais de 12 milhões de fiéis, contextualizando as alterações de suas características ao longo dos anos, com renovação do ambiente (mundo e a própria entidade) com as novas dinâmicas e atuais discursos pastorais, que vivem constante evolução, acompanhando a época atual. Estudos realizados recentemente apontam mudanças significativas em suas características tradicionais e seus fatores socioculturais, dentre outros, o que possibilitou entender como as ADs estabelecem vínculos a partir de necessidades em comum, como ocorre a procura e como é o perfil do novo fiel, por fim, como é gerada a nova imagem da igreja. A denominação teológica “Ministérios” acomoda em sua dinâmica os processos internos de ramificação da igreja, bem como suas divergências e estratégias de dominação. Comparando-as ao modelo de franquia não há como negar que existe uma semelhança entre os modelos. Sabe-se que a franquia não é apenas um imóvel com fins lucrativos, o termo franquia também pode ser entendido como uma forma de atendimento, baseada no ambiente, na filosofia de trabalho e no espírito de equipe, que torna determinado negócio conhecido e respeitado pelo consumidor.

¹ Prof^a. Dr^a. em Ciências da Religião do Programa de Estudos de Pós-Graduação em Ciências da Religião da PUC-SP. Pesquisadora do Grupo de Estudos Protestantismo e Pentecostalismo – GPP - PUC-SP – membro do Grupo de Pesquisa Religião e Cidade – Impactos da Modernidade no Campo Religioso – CNPq. Professora convidada no Centro Cristão de Estudos Judaicos - curso de pós-graduação lato sensu (especialização) ensino religioso – SP. Contato: marinasantoscorrea@gmail.com.

Palavras-chave: Pentecostalismo; Assembleias de Deus; ministérios; franquias; transformação.

ABSTRACT

The celebrations of the centennial of the Assembly's Pentecostal movement in Brazil have, without doubt, contributed to the emergence of significant investigations on the Assemblies of God. In this movement participate, under a same name, agents and institutions, forming a diversified religious reality with over 12 million faithful, contextualizing the alterations of its characteristics through the years, with renewal on the environment (world and entity itself) with the new dynamics and current pastoral discourses, which live consistent evolution, following the current era. Recently performed studies point to significant changes in its traditional characteristics and its sociocultural factors, among others, which allowed to understand how the Assemblies of God establish ties from common needs, how the search occurs and what is the profile of the faithful, and, ultimately, how a new image of the church is generated. The theological denomination "Ministries" has in its dynamics the internal process of the branching of the church, as well as its denominational differences and strategies. Comparing it to the franchise model, there is no denying that there are similarities between the models. It is known that the franchise is not only a property for profit, the term franchise can also be understood as a form of treatment, based on the environment, the philosophy of work and the team spirit, which makes a business known and respected by its consumer.

Key-words: Pentecostalism; Assemblies of God; ministries; franchise; transformation.

INTRODUÇÃO

Cem anos de presença em território brasileiro, o pentecostalismo se reinventa constantemente, e mostra a nova maneira como se organiza e dialoga com a cultura, e as respostas que dá aos problemas oriundos pelas grandes cidades. Muito já foi dito e estudado acerca das transformações e das mudanças sociais trazidas pelo pentecostalismo, suas origens, seu crescimento e características. As igrejas Assembleias de Deus (ADs), fundada pelos missionários suecos Gunnar Vingren e Daniel Hogberg (Berg) no início do século XX, no ano de 1911 na cidade de Belém do

Pará, PA, nas décadas de 1950 a 1970, tiveram que se adaptar para enfrentar a concorrência das novas denominações pentecostais entrantes, algumas com perfis muito diferentes do seu. Assim, tiveram que desenhar novos modelos, aceitando de certa forma as novas tendências da sociedade e se adaptando mais rapidamente aos valores que vinham chegando.

Porém ainda, algumas igrejas conservam tendências do passado, em especial no que tange aos usos e costumes. As lideranças das ADs começaram a ampliar a visão administrativa, tornando-se cada vez mais empresariais, com foco em comunicação e expansão. O carisma pessoal, portanto, passou a ser um capital mais simbólico do que foi anteriormente. Atualmente, é conhecida como a maior igreja pentecostal brasileira em números de adeptos. É considerada também como uma igreja de primeira “onda”² que teve um papel importantíssimo em nosso meio por apresentar maneiras e técnicas diferentes de vivenciar a fé.

1 EXPANSÃO

Segundo dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-, os evangélicos no Brasil, Censo (2010), cresceram 61% na primeira década do séc. XXI, chegando a 42.275.440 milhões de brasileiros ou 22,2% da população. O resultado é pouco abaixo da previsão feita pelos

² A análise do sociólogo Paul Freston sobre o movimento pentecostal se dá a partir de um corte histórico-institucional e da análise de sua dinâmica interna: “O pentecostalismo brasileiro pode ser compreendido como a história de três ondas de implantação de Igrejas. A primeira onda é a década de 1910, com a chegada da Congregação Cristã (1910) e da Assembleia de Deus (1911) (...). A segunda onda pentecostal é dos anos 50 e início de 60, na qual o campo pentecostal se fragmenta, a relação com a sociedade se dinamiza a três grandes grupos (em meio a dezenas de menores) surgem: a Quadrangular (1951), Brasil para Cristo (1955) e Deus é Amor (1962). O contexto dessa pulverização é paulista. A terceira onda começa no final dos anos 70 e ganha força nos anos 80. Suas principais representantes são a Igreja Universal do Reino (1977) e a Igreja Internacional da Graça de Deus, (1980) (...) O contexto é fundamentalmente carioca”.

especialistas, que era de 25%. Essa porcentagem de 22,2% é, em número de pessoas, 16 milhões de crentes a mais de dez anos. Os dados do IBGE divulgados em junho de 2010 informam que a igreja Católica foi a que mais sofreu a queda, caindo de 73,6% em 2000 para 64,6 em 2010. Foram 3,9% milhões de crentes a mais sendo que 12.314.410 milhões de adeptos pertencem as igrejas Assembleias de Deus no Brasil, representando 6,46% da população brasileira (IBGE, 11/03/13).

1.1 Igrejas-sede e/ou Ministérios

Historicamente, em meados dos anos 1940, as igrejas ADs criaram as Igrejas-sede e/ou Ministérios, e os batizaram com a nomenclatura interna de Campo.³ Campo, nas Assembleias de Deus, refere-se à área de atuação de um Ministério ou Igreja-sede⁴ (chamada também de igreja-mãe), e mantém suas congregações e pontos de pregação agrupados em um determinado local. Essas congregações e os pontos de pregação pertencentes a um Ministério são desterritorializados, construídos em bairros, cidades em um ou mais estados. Constituem uma rede de “congregações-satélite”, dependentes de um Ministério, liderado por um pastor-presidente que conta com um forte vínculo administrativo, doutrinário e litúrgico, entre ele, as congregações e os pontos de pregação.

³ Campo é uma expressão de uso interno das igrejas assembleianas. Campo não é empregado no sentido camponês ou geográfico, que diz respeito à posse de terra, mas no sentido político de poder, isto é, posse de espaço religioso. O campo tratado no texto não está relacionado com o conceito de campo de Pierre BOURDIEU como “... o conjunto das transformações tecnológicas, econômicas e sociais correlatas ao nascimento e ao desenvolvimento das cidades e, em particular, aos progressos da divisão do trabalho e à aparição da separação do trabalho intelectual e do trabalho material”. BOURDIEU, P. *Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2004. p. 35.

⁴ Igreja-sede e/ou Ministério tem a mesma conotação, alguns dizem Ministérios e outros dizem igrejas-sede. Nesse trabalho, o termo usado será Ministério.

As congregações geralmente são administradas por diáconos, presbíteros, evangelistas ou por um pastor local, que prestam obediência ao pastor-presidente. Esta submissão pode assentar-se em diferentes motivos de acatamento, em questões internas de interesses, em vantagens e desvantagens por parte dos liderados de maneira puramente racional, mediante o simples costume pela habitação cotidiana, à ação familiar, ou de forma puramente afetiva. Pastor-presidente possui a autoridade de mando que pode incidir sobre outras pessoas, gerando submissão, por diversos motivos: “desde o hábito inconsciente até considerações puramente racionais, referentes afins”.⁵

O pastor-presidente das ADs recebe a configuração de senhor patriarcal, com o processo de institucionalização denominado pela “*rotinização do carisma*”,⁶ quando o carisma se tradicionaliza. Se a dominação carismática é de caráter extracotidiano e representa uma relação social estritamente pessoal, a rotinização acontece quando ocorre uma relação contínua, permanente, entre o pastor das ADs e os seus servidores, seus obreiros, seus presbíteros e seus evangelistas, que vão obedecê-lo em virtude da crença na sua santidade, nas ordenações e nos seus poderes senhoriais.

Dentro da visão assembleiana, tudo começa com um ponto de pregação (o embrião), que, geralmente, está ligado a uma congregação – a mais próxima. Suas atividades começam nas casas dos convertidos, que após algum tempo de prática nas congregações resolvem iniciar um ponto de pregação em sua casa, na garagem, etc., com poucas pessoas, que, na maioria das vezes, são vizinhos e amigos. A congregação supervisiona o ponto de pregação através de relatório mensal feito por um obreiro da congregação, que depois é levado ao conhecimento do pastor-presidente nas reuniões administrativas.

⁵ WEBER, M. *Economia e sociedade*. Brasília: UnB, 2003. p, 170.

⁶ WEBER, 2003, p. 161.

Se nos primeiros anos de fundação as ADs tiveram que enfrentar as Igrejas: Católica e Protestantes; no segundo período, entre os anos de 1950 - 70 enfrentaram novas igrejas consideradas por Freston de “segunda e terceira onda”; atualmente elas concorrem em seu próprio meio, Ministério A contra Ministério B, ou melhor, Alencar⁷, classifica os Ministérios como corporações usando a teologia da competência, isto significa que os Ministérios atuam como grupos corporativistas fortalecendo a sua pirâmide de poder exclusiva e única, porém, quando deparam com a concorrência de outro Ministério no mesmo local, obrigatoriamente, eles precisam se destacar aprimorando a sua dinâmica de atuação para não perder o poder e visibilidade.

1.2 Cisões dentro das ADs

As igrejas ADs, diante de todas as transformações ocorridas, passaram a trabalhar com uma administração mista de pastores suecos e brasileiros. Dessa forma, surgiram novos rumos e, apesar de todos os esforços para acatar as decisões das convenções, as ADs não conseguiram trabalhar por muito tempo com a ideia de unidade. A ideia era de um trabalho homogêneo entre os pastores de uma mesma região; mas, à medida que os anos passavam, as igrejas ganhavam contornos cada vez mais distintos em seu meio e as cisões foram inevitáveis.⁸

Certamente falar em unidade e diversidade entre os Ministérios das ADs nos tempos atuais é uma tarefa difícil. Quando se lança o primeiro olhar, todos os Ministérios parecem iguais em seu modelo,

⁷ ALENCAR, Gedeon. *Assembleias de Deus: teorização, história e tipologia – 1911-2011*. Tese de doutorado em Ciências da Religião, PUC/SP, São Paulo 2012. pp. 182 ss.

⁸ CORREA, Marina A. O. S. *A operação do carisma e o exercício do poder: a lógica dos ministérios das igrejas das Assembleias de Deus no Brasil*. São Paulo. Tese de doutorado em Ciências da Religião – PUC/SP. 2012. p. 105.

hierarquia, dinâmica administrativa, nas convenções estaduais, nas congregações, nos pontos de pregação, etc. Porém, debruçando-se mais atentamente sobre essas questões, tem-se muito a observar. Existe, aqui, a necessidade de reformular alguns conceitos e rever novas práticas de ação provocadas pela rapidez das mudanças, causadas pelas demandas capitalistas e sociais, buscando questões cada vez mais ousadas dentro dos Ministérios.

Esses Ministérios ADs trabalham com foco na realidade local de suas diversas regiões; de acordo com o seu público alvo, desenha-se sua própria ideologia teológica, social e política, pois é através das práticas do compromisso social que se reconhece, em primeiro lugar, o progresso promissor de cada Ministério. Nessa linha de raciocínio, cada Ministério é dono de sua própria organização social por meio dos departamentos. Os Estatutos internos seguem um modelo bem parecido em todos os Ministérios ADs: as mesmas regras e a mesma divisão de capítulos, alterando algumas normas, mas todas dentro do mesmo perfil.

Alencar afirma que os “[...] Ministérios são grandes feudos: onde cada chefe estabelece seu estilo, modelo de liderança, sua ‘doutrina’”.⁹ Um caso bem típico para ilustrar a fala de Alencar é o do pastor-presidente Alfredo Reikdal, do Ministério do Ipiranga, SP, que ficou sessenta e sete anos (67) no comando desse Ministério e de suas diversas congregações e pontos de pregação. O próprio pastor-presidente da CGADB, José Wellington Bezerra da Costa, além de acumular várias reeleições no cargo da convenção acima, também é pastor-presidente do setor de São Paulo, Ministério de Belenzinho, desde 1988, ou seja, mais vinte anos de liderança.

⁹ ALENCAR, Gedeon F. *Assembleia de Deus: origem, implantação e militância (1911-1946)*. São Paulo: Arte Editorial, 2010. p. 132.

2 MODELO DE FRANQUIA E AS ADS

Ao analisar o modelo de funcionamento atual dos Ministérios ADs vinculados às convenções, e comparando-os ao modelo de franquia, não há como negar que existe uma semelhança entre eles. O termo franquia é utilizado para definir uma parceria empresarial, porém a franquia não é apenas o imóvel com uma identidade visual, logomarca, uniformes e produtos. Sabe-se que a franquia também é uma forma de atendimento, baseada no ambiente, na filosofia de trabalho e no espírito de equipe, que torna determinado negócio conhecido e respeitado pelo consumidor.¹⁰

A franquia empresarial surgiu em dezembro de 1994, sob a Lei 8.955 assinada pelo Presidente da época, Itamar Franco. Conforme o seu artigo 2º:

Franquia empresarial é sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semiexclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.¹¹

Este sistema tem como meta a expansão empresarial das empresas que possuem o *know how*, pois, inicialmente, é fundamental verificar se a empresa possui um “segredo de negócio”, ou seja, um *know-how* diferenciado ao de sua concorrência, o que já representa uma significativa garantia de sucesso. A segunda verificação deve ter como foco a gestão do

¹⁰ Disponível em: <<http://www.feiradoempreendedoronline.sebrae.com.br/Oportunidade.aspx/>> Acesso em: 06 abr. 2011.

¹¹ Lei de Franchising nº 8955/94, também chamada de Lei Magalhães Teixeira. Disponível em: <<http://www.lupoefilhos.com.br/textos/lei8955.pdf>> Acesso em: 05 fev. 2011.

negócio, que deve possuir eficiência para gerir, no mínimo, três ou mais unidades, com a mesma estrutura e com uma marca forte reconhecida, além de um histórico de sucesso na venda de determinado produto e/ou serviço.¹² Resumindo, o sistema de franquia é composto por uma parceria administrativa, dedicação, integração, estabelecimento de diretrizes e de regras, comunicação permanente, permitindo que a empresa atue como uma *Learning Organization*, com comprometimento contínuo no aprendizado através da participação e da colaboração entre franqueador e franqueado.

Entretanto, debruçando-se com mais cuidado sobre essas questões e comparado-as com a lei citada acima, pode-se perceber uma lógica ainda mais apurada a começar pela alínea “a” - *Supervisão da rede*. Além de proporcionar aos futuros franqueados um sistema operacional plenamente equilibrado e comprovadamente vencedor, a franqueadora precisa também estar preparada para direcionar o investidor nas questões jurídicas, mercadológicas, financeiras e administrativas. Vale dizer que, para o sucesso de qualquer negócio, o primeiro passo é constituir uma base consistente, ou seja, além da assessoria, a franqueadora deve orientar e gerenciar o investidor na elaboração do contrato social, na decisão da opção de apuração de lucro - bom atendimento, ambiente, filosofia de trabalho e o espírito de equipe, que podem ser qualificados como planejamento da nova franquia, uma vez que o sistema de franquia não está apoiado somente em interesses financeiros.

Dessa maneira, todos os interessados têm como meta o sucesso e o respeito diante do mercado atual e, para isso, o franqueado tem toda ajuda da empresa franqueadora. Entre tantos artigos da lei e incisos, neste trabalho analisaremos alguns mais contundentes, comparando-os com os

¹² Disponível em: <www.geranegocio.com.br/html/franq/p1.html> Acesso em: 25 mar. 2011.

Ministérios¹³ ADs vinculados com o sistema de convenções estaduais¹⁴ e nacionais.¹⁵

Dentro dessa realidade comercial, levantando a hipótese de que as instituições religiosas também foram alterando a sua forma de atuação,

¹³ As igrejas ADs criaram as Igrejas-sede e/ou Ministérios e os batizaram com a nomenclatura interna de Campo. Campo, nas Assembleias de Deus, refere-se à área de atuação de um Ministério ou Igreja-sede - chamada também de Igreja-mãe, e suas congregações e pontos de pregação agrupada em um determinado local. Essas congregações e os pontos de pregação pertencentes a um Ministério são desterritorializados, construídos em bairros, cidades em um ou mais estados. Essas congregações e os pontos de pregação constituem-se em uma rede de congregações “satélites”, dependentes da matriz, a que chamam de Ministério, liderado por um pastor-presidente que conta com um forte vínculo administrativo, doutrinário e litúrgico entre ele, as congregações e pontos de pregação. As congregações geralmente são lideradas por diáconos, presbíteros, evangelistas ou por um pastor local, que prestam obediência ao pastor-presidente. Existem também as subcongregações, que são comandadas pelas congregações.

¹⁴ Convenções Estaduais na prática trata-se de uma associação de pastores das igrejas ADs na esfera estadual. Estrategicamente, as convenções estaduais funcionam como porta de entrada para as futuras filiações dos pastores na Convenção Nacional, os pastores-presidente regionais estão submetidos às convenções estaduais na ordenação ao cargo de pastor, na concessão de credencial e na disciplina. A Convenção Nacional é responsável pela inscrição e pelo credenciamento dos membros filiados das convenções estaduais. Somente a Convenção Nacional tem poderes para homologar os novos associados na esfera nacional, um procedimento estatutário. Os pastores-presidente das regionais detêm o poder de mando nas Convenções Estaduais e Regionais, também controlam as questões financeiras, mais precisamente as anuidades pagas pelos associados em suas regiões. Não existe uma transparência financeira. Em nenhuma das entrevistas realizadas os pastores informaram sobre a questão de salários dos obreiros, dos pastores, dos ministros, dos evangelistas, dos cargos administrativos burocráticos e do salário do pastor-presidente.

¹⁵ Convenções Nacionais: é uma sociedade civil de natureza religiosa, sem fins lucrativos que visa dentre outras coisas, promover a união e o intercâmbio entre as ADs em todo território nacional. É o órgão máximo das ADs e é extremamente política, apesar de não ter poder legal sobre as convenções estaduais/ regionais, das quais não recebe subsídios — e sobre elas não detém poderes para designar ou substituir os seus associados, pastores e evangelistas em suas igrejas filiadas, que estão sujeitos às suas Convenções em seus Estados. Apesar de suas competências, segundo o lema das Convenções Nacionais, a sua finalidade final é de “(...) *promover a união e o intercâmbio das Assembleias de Deus no Brasil*”. Uma Convenção Nacional possui “... a aparência congregacional, mas o seu conteúdo é episcopal”.

durante muito tempo as ADs permaneceram mais carismáticas, de perfil mais libertário, com o carisma pessoal mais apurado, de tradição mais familiar e um sistema menos complexos do que a realidade atual. As ADs levaram muito tempo para compor os requisitos necessários de ordem de expansão nas questões teológicas, éticas, dos costumes, nas questões administrativas, entre outros, em suas igrejas.

Portanto, pretende-se traçar algumas aproximações compreensíveis das ADs em suas diferentes formas de atuação: pastores-presidente¹⁶ e os Ministérios; a filiação de seus pastores a uma convenção estadual; a associação dos mesmos a convenção nacional. É correto observar que essas comparações estão voltadas para as igrejas das ADs metropolitanas, mais modernas, não servindo, porém, para todas as igrejas e nem se aplicando às igrejas periféricas, distantes dos grandes centros urbanos. Essas comparações também não abrangem as igrejas dos recônditos nordestinos, que ainda permanecem fundamentalmente familiares.

Para quem não conhece o sistema de funcionamento das ADs, pode pensar que se trata da uma rede imensa de igrejas com uma administração centralizada e não com funcionamento isolado, como demonstra a realidade. Ora, para quem está há mais de 100 anos liderando o cenário brasileiro nas pesquisas, como das maiores igrejas evangélicas em número de adeptos, essa imagem estabelece segurança e credibilidade

¹⁶ As igrejas Assembleias de Deus adotaram a nomenclatura de pastor-presidente desde a década de 1940. O pastor-presidente fica no topo organizacional de um ministério, de onde escolhe e monta sua equipe administrativa. Sob o seu comando estão todas as igrejas filiadas, as congregações, as subcongregações e os pontos de pregação, sendo ele soberano o suficiente para resolver os casos internos e externos tais como: admitir e desligar obreiros, quando necessário; presidir a consagração dos presbíteros e dos diáconos apoiando-se em normas sagradas; consagrar os pastores e os evangelistas pela convenção na qual a igreja está filiada; oferecer credenciais aos obreiros e exigir a devolução da credencial do obreiro, se ele for desligado do rol de membros de sua igreja.

para a rede de igrejas antigas e para as igrejas recém-inauguradas, mesmo porque as novas igrejas geralmente são abertas por ex-fiéis, logo, o discurso teológico e as normas de modelo se mantêm: sistema, metodologia e padronização.

Para responder a essa demanda, as convenções estaduais/ nacionais atuam como pessoas jurídicas em seu meio, oferecendo todo suporte aos seus membros, pastores-presidente, evangelistas, ministros e presbíteros, dando boas orientações por meio de seus órgãos e por meio da mesa diretora. Essa composição é formada por presidentes, vice-presidentes, diretores, secretários entre outros, colocando os seus serviços de orientação à disposição de seus associados.

Dessa forma, algumas convenções estaduais seguem o modelo de funcionamento das convenções nacionais, possuem uma mesa diretora que presta serviços em diferentes departamentos, tais como: Secretaria Geral, Departamento de Conselho, de Doutrina, de Comunicação, Conselho Fiscal, de Ética e Disciplina, Conselho Político, Conselhos Regionais – este composto por membros da cada convenção estadual/ regional, Conselho de Educação e Cultura, Conselho de Comunicação e de Imprensa, Conselho de Ação Social, de Capelania, de Missões, Das Comissões, Comissões de Temário, Comissão Jurídica, de Relações Públicas, de Apologética, Comissão de Plano Estratégico de Evangelismo e Discipulado, Comissão Eleitoral e Suas Atribuições, dentre outros.

As convenções estaduais juntamente com as convenções nacionais favorecem uma rápida expansão para os Ministérios, criando uma ideia de centralização organizacional dentro dos mesmos parâmetros. Os pastores em suas igrejas são preparados, orientados, testados, passando por uma longa caminhada de preparação através de técnicas bem fundamentadas por gente experiente no assunto de gestão administrativa.

Por outro lado, esta imagem gera oportunidades mais seguras para iniciantes na área empresarial da fé, possibilitando o acesso de consumidores a produtos e/ ou serviços de bens de consumo, de marcas consolidadas, tornando-se uma importante estratégia empresarial para fortalecer sua imagem perante os concorrentes. Um negócio de baixo custo para seus associados até nos locais mais distantes da sede, sabendo que um Ministério pode administrar as congregações dependentes em sua cidade, em outros estados e até no exterior. Alias, existem Ministérios que estão localizados no Brasil e as suas congregações estão localizadas no exterior.

Dentro dessa perspectiva, passando pela alínea “b” - *Serviços de orientação e outros prestados ao Franqueado*. Observa-se que cada Ministério tem como finalidade o controle de suas congregações e dos seus pontos de pregação, “zelando” pelo credenciamento dos membros, exercendo ação disciplinar, conforme estatuto; a inscrição, o reconhecimento e o credenciamento dos seus membros nas convenções estaduais e nacionais. Politicamente, os associados passam a ocupar um lugar de destaque frente às outras igrejas consideradas pentecostais. Ademais, o empreendedor da fé associado conta com uma organização de sucesso com base na ousadia, na determinação, nas realizações, na autoconfiança, na flexibilização e na visão de futuro.

As atividades das ADs, ainda dentro dessa metáfora, vão muito além do que se pensa, quando se trata de treinamento de seus funcionários. Analisando estas questões, embasados pela alínea “c” da Lei de 8955, *Treinamento de funcionários do Franqueado*, observa-se que esses Ministérios investem pesado em seus colaboradores para obter uma excelência de bons serviços, que vão desde pequenas tarefas até as mais rebuscadas. Os planos de ações são de última geração. As convenções nacionais, por exemplo, oferecem assessoria em todos os assuntos que

direta ou indiretamente digam respeito às ADs; zelam pela harmonia entre obreiros, igrejas e instituições a ela filiados; julgam e decidem sobre quaisquer pendências existentes ou que venham a existir entre ministros ou convenções estaduais/ nacionais.

Porém, no que tange o modelo já descrito anteriormente, modelo organizacional das igrejas ADs, é formado um campo, congregações e pontos de pregação. O interessante é observarmos que são justamente os pontos de pregação que definem, na maioria das vezes, o cenário econômico de futuras congregações. Por quê? Os pontos de pregação começam geralmente em casas de simpatizantes, de diferentes extratos sociais, nos diversos locais do país, geralmente acompanhados por obreiros, por evangelistas e por pastores da congregação, de preferência. A partir do seu crescimento, os líderes da congregação que os acompanham vão demarcar um novo espaço para a sua expansão, a partir daí, o pastor-presidente designa uma equipe de funcionários para organizar o novo local em uma nova congregação. Na verdade, indiretamente, os simpatizantes auxiliam-no a pôr em prática a alínea “e” da Lei de Franquias, com *Auxílio na análise e escolha do ponto onde será instalada a franquía*. Os pontos de pregação só serão congregações no futuro se conseguirem reunir em torno de si um público em constante crescimento.

Ministérios associados à CGADB, os pastores-presidente têm autonomia administrativa e cada Ministério possui seu estatuto interno. Assim, esses Ministérios possuem liberdade para escolher, testar, investir e organizar a sua rede de congregações e pontos de pregação, e cabem a eles fundar suas igrejas e administrar os seus bens e os seus presbíteros, evangelistas, ministros e pastores, como associados na respectiva convenção estadual ou regional. No entanto, somente o Ministério local possui a tarefa de “emancipar” as congregações ou igrejas filiadas.

Os pastores-presidente responsáveis pelos Ministérios terão vantagens como franqueadores, porque atuam com independência na distribuição de suas redes em diferentes regiões do Brasil e do exterior, sem apresentar um crescimento geográfico acumulado, no local onde está situado - redes de igrejas descentralizadas em todo território nacional. Assim, as igrejas filiadas e/ou congregações assumem os seus gastos diários com a garantia de sucesso - afinal se trata de uma igreja AD; os seus pastores são escolhidos e testados, com lealdade e eficiência diante do franqueador.



Um Ministério localizado em São Paulo juntamente com as convenções administra uma rede de igrejas filiadas em todos os estados brasileiros

Administração e expansão das redes de igrejas filiadas a um Ministério.

Pastores-presidente conquistam novos mercados e novas adesões de poder dentro das convenções. Quanto maior o público, mais visibilidade, o que gera novos acordos, novas possibilidades, novos cargos. Isso significa que quanto mais fornecedores, mais poder nas negociações. Os Ministérios são extremamente políticos, atuam nas

diversas esferas do Poder Público, seja nas questões sociais, nas opiniões mais polêmicas, nas eleições eleitorais, entre outros assuntos, todos têm os olhos fixos nesse público.

Por último, temos a *produção*, isto é, a concentração no desenvolvimento de novos produtos e/ ou serviços em suas editoras, comprovando o sucesso das altas vendas no mercado em que atuam. Ademais, quais seriam as desvantagens dessa parceria entre os pastores-presidente e seus associados?

As desvantagens desses pastores são a participação em um negócio com regras operacionais pré-estabelecidas e rígidas. E quais as vantagens que têm? Os pastores associados associam-se a uma marca consolidada e de prestígio; participam de um conceito já testado, o que minimiza os riscos no futuro; reduzem o tempo de implantação; trocam experiência e economia de escala. E, ademais, quem vai estabelecer o sucesso das congregações são os consumidores da fé, no caso, os adeptos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos no tocante às igrejas das ADs, seus líderes de hoje possuem uma visão empreendedora e racional, no sentido de se dedicarem às atividades de organização, de administração e de execução de bons serviços, com foco de expansão em número de adeptos e na transformação de conhecimentos e de bens em produtos modernos (mercadorias, templos e serviços). Com perfis inovadores e ideias macroempresariais, os pastores das ADs sabem o que o seu público quer, deseja e espera de suas igrejas, por isso trabalham para suprir essas necessidades, exatamente como se faz com um cliente no mundo corporativo. Aplicam a mesma lógica de estratégia para o consumidor final na relação –

empresas e clientes, um importante passo na construção de um bom relacionamento; afinal, são os seus adeptos que divulgam os bons resultados dessa parceria no futuro.

Aliás, o que mais se vê dentro das ADs são as estratégias, nas argumentações dos pastores, nos estatutos internos, todos iguais usados em instituições de perfis tão opostos, mas que ao mesmo tempo conseguem percorrer caminhos “brilhantes”. Os seus administradores já fecharam acordos dignos de megaempresas, os discursos dos pastores-presidente são focados em explorar as condições que lhes são favoráveis pela própria obscuridade administrativa assembleiana.

Entretanto, as denominações religiosas atuais são as que mais apresentam esse perfil de atualização. Diante de tantas concorrentes, é de se esperar que seus currículos se aprimorem. Neste caso, as ADs trabalham com atualizações constantes, e ainda exploram a sua tradicionalidade, além de outros eixos de apoio, como a unidade entre as suas coirmãs, as ADs que deixaram de ser ADs, mas que continuam com o mesmo nome (o que pode ser traduzido pela reflexão “Não pode competir? Una-se a eles!”).

Contudo, só mesmo uma denominação racionalizada, moderna, para perceber que a superestrutura está no nome AD, que confere, ao mesmo tempo, poder, tradicionalidade, competitividade e força. Mesmo passando por várias cisões, podem se socorrer desse nome para se manterem inabaláveis externamente. Como foi visto, Ministérios modernos e totalmente independente das ADs antigas, cada vez mais se esforçam para atrair novos adeptos ao seu meio, seja pelas cruzadas, seja pela eficácia de seus pastores.

Eficácia é o que não falta aos Ministérios das ADs, que trabalham com um modelo parecido com o sistema de franquias, norteados por

um único logotipo, uniformidade dos discursos, na filosofia de trabalho e no espírito de equipe, mesmo que essas equipes se mantenham bem afastadas. Somente uma instituição moderna é capaz de perceber que, mesmo dentro de centenas de Ministérios ADs independentes e administrados por líderes de perfis bem diferentes, ainda é válido o uso de um sistema como a colocação de metas para a expansão empresarial de suas igrejas. É fundamental verificarmos que a denominação possui um “segredo de negócio”, ou seja, um *know-how* diferenciado de sua concorrência, que já representa uma significativa garantia de sucesso.

Somente um sistema de franquia é capaz de manter uma parceria, dedicação, integração, estabelecimento de diretrizes e de regras, comunicação permanente, permitindo que a empresa atue como uma *Learning Organization*, com comprometimento contínuo de aprendizado através da participação e da colaboração entre franqueador e franqueado. Sobre a transparência administrativa, isso é outra questão.

Por fim, os Ministérios das ADs são norteados por prerrogativas pessoais que são muito mais fisiológicas do que parecem ser a princípio, para um observador desatento. A estrutura de autoridade emancipa-se de certa forma, da sombra da tradição, e toda a rede trabalha com a ideia de continuidade (sob a poderosa sigla AD) para não perder a visibilidade institucional que mantêm. Por outro lado, a organização, investida pela tradicionalidade, exerce fortemente o poder racional burocrático, no sentido weberiano, como uma forma de acomodação na história de divisão/ fragmentação. As bases carismáticas vividas no passado pelos idealizadores das ADs parecem passar por um processo consciente de racionalidade, considerado legítimo por seus seguidores. Portanto, os Ministérios atuais não podem mais ser comparados à sua primeira formação, fundada em 1911, na cidade de Belém do Pará, mas cada qual

quer contar a sua própria história, que ao mesmo tempo em que faz parte do todo, é única.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Gedeon F. *Assembleia de Deus: origem, implantação e militância (1911-1946)*. São Paulo: Arte Editorial, 2010.

_____. *Assembleias de Deus: teorização, história e tipologia – 1911-2011*. Tese de doutorado em Ciências da Religião, PUC/SP, São Paulo 2012.

BOURDIEU, P. *Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2004.

CORREA, Marina, A.O.S. *Assembleia de Deus: ministérios, carisma e exercício de Poder*. São Paulo: Fonte Editorial, 2013.

_____. *A operação do carisma e o exercício do poder: a lógica dos ministérios das igrejas das Assembleias de Deus no Brasil*. São Paulo. Tese de doutorado em Ciências da Religião – PUC/SP. 2012.

_____. *Alteração das características tradicionais da igreja Assembleia de Deus: um estudo a partir do bairro Bom Retiro em São Paulo*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) - PUC/SP, São Paulo. 2006.

FRESTON, P. *Nem anjos e nem demônios: breve história do pentecostalismo brasileira*. A assembleia de Deus. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. *Uma breve história do pentecostalismo brasileiro: a Assembleia de Deus*. Sociedade e Religião – ISER. Rio de Janeiro, v. 13, n. 3, 1994.

OLIVEIRA, D. P. R. de. *Sistemas, organização & métodos & OM: uma abordagem gerencial*. São Paulo: Atlas, 1997.

WEBER, M. *Economia e sociedade*. Brasília: UnB, 2003.

SITES

www.ibge.gov.br/ IBGE :Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Acesso em: 11 mar. 2013.

<http://www.cpad.com.br/institucional>. Acesso em: 23 abr. 2011.

Ibid.

www.geranegocio.com.br/html/franq/p1.html. Acesso em: 25 mar. 2011.

<http://www.feiradoempreendedoronline.sebrae.com.br/Oportunidade.aspx/>. Acesso em: 06 abr. 2011.

Lei de Franchising nº 8955/94, também chamada de Lei Magalhães Teixeira. <http://www.lupoefilhos.com.br/textos/lei8955.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2011.

www.geranegocio.com.br/html/franq/p1.html. Acesso em: 25 mar. 2011.