



Esporte e empreendedorismo na Bola de Neve Church¹

Anna Maria Salustiano²

UFPE

Resumo

Para mostrar o entrelaçamento existente entre “empresários-esportistas” da Bola de Neve Church - BNC, propomos este artigo. No tempo em que as religiões se legitimam ao se apropriar do que é posto socialmente, a igreja que possui como marca uma prancha de surf no púlpito, tem como maior parte de seguidores, esportistas. Público que normalmente, busca por uma autonomia, incentivada, sobretudo, pelo campo empresarial, em que as pessoas são responsáveis pela condução de seus próprios destinos, estendendo o conceito de empresa para o também âmbito privado. Buscamos em Ehrenberg (2010), a base para este trabalho. Para materializar essa relação constituída e consolidada na BNC, trouxemos dois testemunhos, um de um fiel e outro, do criador da instituição, disponíveis nos espaços online, para mostrar como se dá o imbricamento desses aspectos na igreja dos surfistas, a partir de um discurso de “superação”, disseminados para o consumo simbólico nas diversas plataformas utilizadas pela igreja.

Palavras-chave: Bola de Neve Church; esporte; empreendedorismo.

Introdução

Pensar em acasos quando o assunto diz respeito à Bola de Neve Church (BNC), não é dos vocábulos mais adequados. Primeiro, porque a instituição que carrega no emblema esse nome se origina com a proposta de ser uma avalanche, de estar sempre em crescimento. Segundo, porque a igreja desde que nasceu carrega na marca, diretamente associada aos praticantes de esportes radicais, estratégias de consumo que perpassam necessariamente o campo do empreendedorismo.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 1: Comunicação e Consumo: cultura empreendedora e espaço biográfico, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

² Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: annasalustiano@gmail.com



Nesse cenário, de maneira sutil a igreja foi consolidando suas bases na ³teologia da prosperidade, num discurso aparentemente “liberal”, na liberalização de usos e vestimentas, na metáfora do surfista com a relação do empreendedor que fundamenta e dão as diretrizes do que conhecemos como a igreja dos surfistas.

As instituições estão localizadas em diversas cidades no Brasil e fora do país, principalmente nas cidades litorâneas, aparentemente na tentativa de aproximar-se do principal público que a frequenta, geralmente jovens que praticam esportes radicais como surf, skate, *slackline*, ou aqueles que mesmo sem praticar encontra familiaridades com as práticas institucionais, seja no discurso, nas vestimentas, nas ações diárias, constituindo o que chamamos de nicho.

O criador da instituição, proveniente da Igreja Renascer em Cristo, Rinaldo Seixas, chamado carinhosamente pelos membros de Rina, é publicitário e especialista em Administração e Marketing. Com jeito descontraído de transmitir a palavra de Deus, Rina garante que:

“O evangelho pregado na Bola de Neve é o evangelho pregado em qualquer igreja cristã protestante. A diferença talvez seja na apresentação desse evangelho. Assim como a fórmula da maisena nunca mudou, mas a embalagem sim, o que a igreja talvez tenha de diferente é essa embalagem, é a maneira mais descontraída, mais informal, mais próxima dessa geração, mais contextualizada, de apresentar as boas novas de Cristo Jesus.”⁴

Neste artigo, pretendemos tratar da relação da Bola de Neve Church com esporte, consumo e empresa, a partir do olhar teórico de Ehrenberg (2010). Ao nos debruçarmos sobre esse ambiente, nos deparamos com a alteração do significado, da representação social da empresa, que deixa de ser percebida como instrumento de dominação dos grandes sobre os pequenos para funcionar como modelo ideal de conduta para o indivíduo, já que ela é símbolo de eficácia e de iniciativas ousadas

³ De acordo com Bronsztein e Rodrigues (2015, p.04), “tal teologia, grosso modo, se fundamenta na legitimidade do fiel usufruir de uma vida abundante e próspera (em todos os sentidos que a prosperidade possa ser percebida: nos recursos materiais, na saúde do corpo, na vida familiar, amorosa e profissional)”.

⁴ Rinaldo Seixas, em entrevista ao programa Retratos de Fé, da TV Brasil, exibido em janeiro de 2015 e disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mEVnfMm-RSM>.



num contexto tumultuado. A empresa fornece um tipo muito particular de ser, de estar inserido socialmente, e tal constatação é feita a partir da performance.

Nessa perspectiva, delimitamos o nosso recorte através de dois testemunhos, um de um fiel e o outro, do apóstolo criador da BNC, para evidenciar com mais rigor como se dá esse imbricamento dos campos. A maneira como a palavra é dita nos revela o fortalecimento de conceitos voltados ao mundo dos negócios que vão além do campo religioso.

Neste trabalho, utilizamos a teoria do sociólogo francês, Alain Ehrenberg (2010), na qual o autor estabelece ligações entre as mudanças ocorridas no sentido do que é uma empresa, em termos estruturais, até o discurso abordado nesses ambientes, a começar pela reconfiguração de sentidos de palavras como: equipe, concorrência, vencedor. Essa mudança altera a nossa concepção de pensar o espaço como meramente econômico, sendo encarado agora como responsável em elaborar conceitos que farão parte do senso comum das pessoas e das próprias empresas. Além de Ehrenberg, trazemos TUBINO (1984), que acena para mudança de modalidade de concepção do homem, que desde o final do século XX se configura como: *Homo Sportivus*, e BENTO (2007, p. 207), quando diz: “corpo humano deixa de ser apenas natureza primeira para se tornar um grande campo experimental dos desejos, das visões, das esperanças e das expectativas mais elevadas das fantasias mais prodigiosas”.

De acordo com Ehrenberg (2010), o indivíduo dispõe de duas fontes de orientação e inspiração que substituem o papel tradicional da cultura: a empresa e o esporte. O resultado dessa junção é o surgimento do culto à performance e de uma nova cultura a ela associada. Para o autor, a maneira como as sociedades ocidentais enxergam a empresa mudou nas últimas três décadas e agora, a empresa deixou de ser vista apenas como um lugar de exploração, símbolo máximo do capitalismo de concentração de renda, para se tornar um modelo a ser imitado/seguido. O mesmo aconteceu, podemos dizer, com os antigos líderes religiosos, que nos tempos atuais se transformaram em referências de realização para os fieis. De fato, os religiosos bem



como os executivos, são vistos como indivíduos que carregam em seus DNAs características futuristas como espírito empreendedor, iniciativa, ousadia, eficiência e autonomia, a fórmula que mantém viva, diversas empresas, e também, as igrejas.

Se a gente pensar que a Bola de Neve ainda faz essa metáfora do surfista com o aventureiro cheio de responsabilidade, veremos o quanto esta relação do executivo no campo dos esportes radicais dialoga de maneira efetiva com o fiel da igreja, ampliando assim o entrelaçamento existente entre empreendedorismo, esporte e religião. Para entender de maneira concreta como se dá este complexo atravessamento, trouxemos um testemunho de um fiel e um do apóstolo, Rina, disponíveis nos espaços online. Lembrando que há uma tendência a discursos semelhantes, através de histórias que dizem respeito à identificação com as pregações de maneira diferenciada, à saída do mundo das drogas, cura de alguma doença, a libertação de um universo de tormentos, indefinições, angústias e sofrimentos.

Com efeito, estas instituições religiosas seguem um direcionamento em que práticas que se voltam a tendências empresariais são vistas como credos, portanto, “sagrados”, sendo assim “obrigatoriamente” seguidos. Característica que no ramo da cultura e do negócio, coloca o indivíduo em primeiro plano, entregando a ele toda a responsabilidade por sua vida, devendo por isso, ser o “empreendedor de si mesmo”.

O trato do corpo na Bola de Neve Church

No final do século XX se configurou uma modalidade de definição para a concepção de homem chamada *Homo Sportivus* (TUBINO, 1984, p.01). Logo no início, esse modelo se referia ao indivíduo que incorporou a prática esportiva ao seu “modus vivendi”. Período também em que as academias começaram a se expandir principalmente em países subdesenvolvidos. Os objetivos possíveis com esse tipo de prática iam desde a preocupação com a saúde até a obtenção de performances com o grau de consciência em que o valor desses “exercícios físicos” adquire significados além das definições corpóreas.



O padrão do que é ser humano foi se alterando, passando a instituir-se como norma, como referência para o homem civilizado, ou seja, àquele que assumiu “o padrão de hábitos e comportamento, a que a sociedade, em uma dada época, procurou acostumar o indivíduo” (ELIAS, 2001, p. 90), sendo assim ele passou a se constituir, na atualidade como àquele que projeta um homem diferente, mas também superior, “reunindo em si corpo e alma, espírito e natureza, bondade e força; e correspondendo a uma criação e conjugação maravilhosas de componentes heróicos e divinos com estatuto de exaltação e eternidade” (BENTO, 2004, p.174).

O *Homo Sportivus* apresenta-se hoje, como o tipo ideal de modelo que resume diversos aspectos de uma vida plena, flexível e repleta de gerenciamentos que se liga ao corpo, como ponto de apoio. Dialogando dessa maneira com o que os líderes da Bola de Neve Church enfatizam: “o corpo como templo sagrado”, que se liga a outros fatores que não são só relacionados à matéria física, como podíamos há algum tempo pensar. Na BNC temos aquele grupo que “está saindo das drogas, está abandonando tantas coisas que te fizeram mal. Além da espiritualidade, vai cuidar do seu corpo, vai praticar esporte. A ideia é: cuida do seu corpo, da sua alma e do seu espírito”.⁵

O corpo humano deixa de ser apenas natureza primeira para se tornar um grande campo experimental dos desejos, das visões, das esperanças e das expectativas mais elevadas e das fantasias mais prodigiosas. Isto é, os exércitos de conquistadores, impulsionados pela ciência, pela tecnologia e por outros instrumentos e corporações de interesses em moda, focalizam a sua atenção no corpo e este deixa de ser tolerado como algo natural, fruto do destino e do acaso. Torna-se uma construção cultural. Em suma, a tentativa de manipular o corpo, de o tornar disponível para os fins e desejos eleitos, faz parte de um projeto, estabelecido sobretudo pela modernidade. (BENTO, 2007, p. 207).

O corpo não é pensado mais em algo que termina em si mesmo, ou seja, o corpo assim como outros instrumentos que dispusemos está em consonância com aspectos diversos construídos e reconstruídos na nossa vida cotidiana. Os projetos se

⁵ Rinaldo Seixas, em entrevista ao programa Retratos de Fé, da TV Brasil, exibido em janeiro de 2015 e disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mEVnfMm-RSM>.



constituem com a costura de retalhos que ganham espaço nesta sociedade em que presa pelo fluido, para que o diálogo torne-se mais coerente com as regras postas. Busca-se agora, a construção de uma personalidade vitoriosa, fruto da apropriação adequada dos meios disponíveis no capitalismo.

Por isso, analisando a disseminação da competição no seio da sociedade, temos, ao contrário do que se poderia imaginar, a credibilidade da mitologia concorrencial que foi possível diante da apropriação de um modelo de concorrência típico das provas esportivas. O esporte sempre caracterizou um tipo de excelência social e um tipo de sensibilidade igualitária onde há uma justa concorrência, visto que todos estão na mesma referência a normas e regulamentos. A concorrência esportiva ocorre obedecendo a uma institucionalização de justas desigualdades, na medida em que, vence aquele que desempenhou melhor, comparativamente aos outros. Nesse sentido, a apropriação do modelo da competição esportiva “permite a concorrência sair do mercado e se livrar das figuras de injustiça. O que é uma justa concorrência? Uma competição”. (Ehrenberg, 1991, p. 18).

A união matrimonial do empreendedorismo com o esporte

Esta “aventura empresarial”, vivida atualmente, passa então, a ocupar o lugar deixado pelo declínio dos modelos de política, da ideia de Estado que produzia o “descanso” do indivíduo sobre as instituições que agiam em seu lugar e falavam em seu nome. Ao tornar-se um “núcleo de força” a empresa/igreja gera ao aumentar na vida pública, a lenda da completa autorealização, que até a década de 80, era exclusiva da vida privada, com uma pequena interferência do consumo. Quando a privacidade se torna uma parte do público, em proveito da liberdade de escolher fazer a vida do jeito que “quiser”, num campo em que o crescimento das oportunidades pessoais é resultado da mudança de como a individualidade era representada: ela agora significa uma trajetória de realização e desenvolvimento pessoal, baseada na busca e manutenção do próprio bem estar psíquico e físico. É exatamente neste contexto de introdução e germinação de uma nova configuração da individualidade



que ganha destaque o discurso religioso/empresarial, pois eles prometem funcionar como senhas de cofres, na construção de uma singularidade pautada pela eficiência e ascensão pessoais.

Para Ehrenberg (2010), um novo modelo de igualdade apareceu, um que fazia com o que era considerado “justo” ser um produto direto da concorrência. Isso representa a competição esportiva: por ser a única atividade que encena a união harmoniosa da concorrência com a justiça. Ela é a própria imagem de uma igualdade justa. Os objetos de identificação e as normas vigentes têm como elemento comum o fato de que saímos do mundo da disciplina para entrar no da autonomia.

As mudanças trazidas pela alteração do que neste momento é tratado com prioridade, ocorreram paralelamente às alterações no mundo dos esportes, vividos agora, como negócios. Nesse universo, as empresas se baseiam em modelos parecidos aos que regem a competição esportiva. Por isso, várias palavras como “superar limites” e “vencer os adversários”, aparecem na linguagem das organizações. No Brasil, temos vários exemplos de esportistas empresários, o criador da Bola de Neve, Rina é um deles, que são respeitados e vistos como modelo de conduta. Esses indivíduos são comumente apresentados como casos de sucesso pessoal, por terem vencido com esforço, dedicação e disciplina. Tais modelos induzem as pessoas/os fieis a acreditarem que o importante é assumir riscos, enfrentar desafios e vencer obstáculos por conta própria, fortalecendo a ideia do sujeito responsável por si mesmo.

Seguindo esse direcionamento, fomos buscar em Ehrenberg (2010) a compreensão do sujeito que faz parte da igreja e da ideia central deste trabalho, de mostrar os imbricamentos entre o mundo do empreendedorismo e os mecanismos de construção dos discursos e práticas utilizados pela BNC para manter e conquistar os fieis. O autor ao observar a sociedade francesa, verificou a disseminação das ideias de autonomia e responsabilidade individuais vinculadas ao esporte e ao modo de condução da vida como aventura empreendedora, fenômeno que surgiu nos EUA (país que serviu de modelo para implementação da BNC no Brasil), com a intenção de



formar funcionários que identificassem as empresas com um time que deve ser campeão com a sua ajuda. No modelo corporativo, o apelo é que o desenvolvimento pessoal dos indivíduos resulta em desenvolvimento da empresa e vice-versa. A conjugação da empresa com o esporte através da simbologia da aventura empreendedora colaborou para difusão de um novo modo de ação e de um modelo de “indivíduo puro, sem raízes e sem passado, que não se refere a nada, a não ser a si mesmo” (EHRENBERG, 2010, p. 25). Unida à prática esportiva, a gestão da Bola de Neve Church confunde-se com “modelo de ação que sintetiza rapidez, adaptação, mudança permanente, flexibilidade psíquica e corporal” (EHRENBERG, 2010, p. 172). Hoje, o esporte se transformou em “estilo de vida”, “estado de espírito”, “sistema de condutas de si que consiste em implicar o indivíduo na formação de sua autonomia e de sua responsabilidade” (EHRENBERG, 2010, p. 17-18).

A relação da BNC com o esporte vem desde o nascimento da igreja, estabelecendo um sentido diferencial a sua existência, bem como o próprio conceito de prática esportiva nos traz, o de uma ideia atrelada à competição, autonomia, a independência de um sujeito que tende a ser cada vez mais exigente com si mesmo.

Em uma década, o esporte está a tal ponto ancorado no cotidiano que ele não constitui apenas uma forma de lazer ou uma atividade corporal específica pensada e organizada em vista de performances a se alcançar, mas a manifestação de uma relação generalizada com a existência: empregado na qualidade de referente, de metáfora, ou de princípio de ação em registros cada vez mais vastos de nossa realidade contemporânea, o esporte sai dos estádios e ginásios, ele abandonou o contexto restrito das práticas e dos espetáculos esportivos: é um sistema de condutas de si que consiste em implicar o indivíduo na formação de sua autonomia e de sua responsabilidade. (EHRENBERG, 2010, p. 18).

Em tempos atuais, praticar esporte não é sinônimo apenas de um indivíduo comprometido com a saúde, mas é um estilo próprio de levar a vida. Na metáfora do esportista com o seguidor da BNC, o sujeito religioso busca na igreja algo que as outras não tenham, e nessa constante busca de se distanciar de padrões normalmente postos por outras instituições, esse indivíduo recai no campo em que as práticas



esportivas são incentivadas, a priori como questão de saúde, depois o fiel que opta por andar de acordo com o que está posto, se apropria daquele modelo de inspiração, do ultrapassar limites e constitui padrões de conduta que não são constituídos naturalmente.

Com efeito, imagens de vida e modos de ação se difundem, se popularizam, adquire legitimidade por meio do esporte. Esporte esse que gira em torno de uma série de comportamentos, condutas, maneiras de pensar e de agir que ajustam o homem religioso moderno aos modos de vida da sociedade atual.

São esses modelos de vida baseados na prática esportiva que são tidos como exemplos a serem seguidos na BNC, inclusive, além de discursos que caminham nessa vertente, as imagens utilizadas nas redes sociais, os textos disponibilizados, as atividades, os congressos, as apresentações teatrais, os seminários, os testemunhos, entre outros, andam de maneira entrelaçada com as regras esportistas/empreendedoras que a instituição como poucas sabem tratar. Na tentativa de estarem sempre se refazendo, num campo flexível e volátil, os fieis da denominação, como os indivíduos de uma maneira geral, desejam serem belos e saudáveis, mas não é só isso, desejam agir conforme normas institucionais ligadas propositadamente à palavra de Deus. Para materializar o que estamos falando, trouxemos dois depoimentos disponíveis nos espaços online. O primeiro de um jovem, fiel da BNC e o segundo, do criador da instituição, Rina.

“Minha vida mudou completamente, hoje sou o cara meio que geração saúde”

A frase é do engenheiro florestal, Jorge Galliani, membro da Bola de Neve Church de Blumenau, em Santa Catarina, que na reportagem, Retratos da Fé⁶, exibida em janeiro de 2015, aparece como um dos entrevistados.

“Antes de conhecer a Bola de Neve tinha vários altos e baixos. Um cara muito tímido, inseguro e bastante curioso, essa curiosidade acabou fazendo com que eu me

⁶ Programa exibido pela TV Brasil, em janeiro de 2015 e disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=mEVnfMm-RSM>



envolvesse profundamente com drogas e fui fazer um tratamento num centro terapêutico, e a minha história com a Bola de Neve começou na cozinha desse centro de recuperação, porque lá dentro tava o pastor. Esse cara veio me dizer de Jesus, que Jesus está vivo, que Deus existe porque não sei o que. Então, eu peguei, olhei para ele e falei assim, ó maluco, é o seguinte cara: que porcaria de Deus é esse cara? se Deus é Deus, ele tem que falar. Cadê esse Deus que não fala com a gente? Só que aconteceu que num dia, eu passei muito mal e pela primeira vez eu falei com Deus. Pô, cara, tô mal, me ajuda aí, me dá uma força e a partir daí eu comecei a me entregar, sabe? A falar com ele todos os dias, a falar com Deus. Pôxa, massa assim é que encontrei no Bola de Neve pessoas que me acolheram, que não me julgaram, pessoas que investiram na minha vida e eu tô com essa galera até hoje. Minha vida mudou completamente, hoje sou o cara meio que geração saúde, assim. Trabalho o dia inteiro como qualquer pessoa, à noite, sou envolvido com alguns ministérios na igreja, segunda-feira tem o curso de líderes, terça-feira à noite, a gente tem o inglês missionário, na quarta-feira eu dou uma célula, onde a gente se reúne numa casa, para estudar um pouco a palavra e na sexta, geralmente eu tenho um ensaio com a minha banda, ou me joga para praia para surfar. Para mim, ser membro do Bola de Neve é poder fazer parte de uma grande família porque foi isso que eu encontrei, uma grande família, vários irmãos, com pais que cuidaram de mim como filho, pessoas das quais, eu agora, estou tendo esse papel de pai também, estou tendo oportunidade de acompanhá-los como eu fui acompanhado, de poder conversar e abrir o coração. Ser membro do Bola de Neve é ter apoio também para poder viver aquilo que Deus colocou no meu coração, que é justamente levar o evangelho através do reggae. Isso eu encontrei no Bola de Neve”.

Figura 1- Programa Retratos da Fé



Fonte: Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mEVnfMm-RSM> Acesso em: mai. 2016

“Cuida do seu corpo, da sua alma e do seu espírito”

A opinião é do criador da Bola de Neve Church, Rina no programa Retrato da Fé. Nesta entrevista⁷, o apóstolo conta como foi à criação da igreja, o primeiro culto, em que a igreja se baseia e o que é, para ele, religião. Nas linhas que seguem a entrevista na íntegra.

“A Bola de Neve surgiu de uma necessidade de uma geração, da geração que me gerou, foi à geração *Woodstock*, foi ao extremo dos limites e a nossa geração já se voltou um pouco mais para saúde, já se preocupou mais com a família, com valores, com princípios, com espiritualidade, apesar da distância entre elas e o cristianismo ser grotesca, um abismo existia entre aquele que queria se espiritualizar e o cristianismo. Então, minha função, nessa hora, depois de ter minha experiência pessoal com Deus e com o evangelho, era tentar apresentar esse evangelho de uma maneira que pudesse alcançar os seres humanos, de uma maneira também mais humana dele ser, para que esses estereótipos pudessem cair e essas barreiras fossem transpostas e assim ele estivesse num ambiente familiar, num ambiente necessário para poder também ter experiência com esse evangelho. Na verdade, era mais ou menos, pôxa, desse jeito, o

⁷ Programa exibido pela TV Brasil, em janeiro de 2015 e disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mEVnfMm-RSM>



evangelho casa com minha vida. Em 93, com 19 para 20 anos de idade, comecei a fazer reuniões em casa para estudo bíblico. Então, essas reuniões começaram a promover esse ambiente, as pessoas começaram a ter as suas próprias experiências com o evangelho e essa reunião cresceu. Aí em 99, eu senti essa chamada e essa vocação para poder cuidar de um povo que estava ali cedendo de pastoreio, de cuidado espiritual, de auxílio. Um empresário próximo emprestou um auditório que ele tinha na empresa dele, como era uma empresa voltada ao *surfwear*, então na nossa primeira reunião, nesse auditório, quando o culto foi começar, não tinha muito onde apoiar a bíblia, aí surgiu a ideia de usar prancha como púlpito, aí peguei cadeiras de um lado, cadeiras de outro, apoiei a bíblia ali mesmo, e dessa forma informal o culto começou, e isso na verdade acabou virando uma marca da igreja, porque ninguém mais quis tirar uma prancha de lá. A igreja Bola de Neve ficou com esse rótulo, a igreja dos surfistas porque além do púlpito ser uma prancha, a maioria dos frequentadores dos primeiros cultos também eram surfistas. Eram pessoas do mesmo meio que nós frequentávamos. Então, hoje a igreja cresceu demais, tem igreja em lugar que não tem praia, tem frequentadores da igreja que nunca nem viram a praia, que não praticam esportes, outros que praticam outros esportes, mas ainda existe bastante surfista, e como tem muitas igrejas presentes em cidades litorâneas, então essa ainda é uma marca forte da igreja. Nossa fé está fundamentada na ressurreição de Cristo Jesus. Nós não cremos apenas, num Cristo histórico, mas num Cristo ressurreto, num Cristo presente, num Cristo que escuta suas orações que participa da sua vida, que quer desenvolver uma relação íntima com os seus seguidores, e esse Cristo é aquele que te dá condição de ser aceito por Deus. Que é uma igreja jovem, então você está saindo das drogas, você está abandonando tantas coisas que te fizeram mal, além da espiritualidade vai cuidar do seu corpo, vai praticar esporte. A ideia é: cuida do seu corpo, da sua alma e do seu espírito. Como sacramento a Igreja Bola de Neve pratica os dois ritos deixados pelo Novo Testamento, que é o batismo nas águas que representa arrependimento, e a ceia que é uma lembrança, que é uma memória do que Cristo Jesus fez por nós. Bola de Neve é um nome, uma reunião simples, semanal,

uma residência de estudo bíblico, nunca ninguém imaginou que ela se tornaria essa avalanche, mas a ideia foi esse ponto comum mesmo, a Bola de Neve como crescendo e aumentando a cada dia. A mensagem e o evangelho é um só. Você não consegue mudar o evangelho. Então o evangelho pregado na Bola de Neve é o evangelho pregado em qualquer igreja cristã protestante. A diferença talvez seja na apresentação desse evangelho. Assim como a fórmula da maisena nunca mudou, mas a embalagem sim, o que a igreja talvez tenha de diferente é essa embalagem, é a maneira mais descontraída, mas informal, mais próxima dessa geração, mais contextualizada, de apresentar as boas novas de Cristo Jesus. Esse mundo sem a religião seria um caos, na minha visão, porque a religião ensina a paz, ensina o amor, ensina a preocupação com o próximo. Esse mundo já é egoísta demais. A religião é o peso na balança, porque traz a harmonia necessária para que as pessoas possam aprender a conviver respeitando as diferenças uns dos outros, nos mostrando que há muito mais no ser humano do que só ele correr atrás dos seus próprios sonhos. O mundo hoje ensina que o ser humano precisa reter, precisa conquistar, precisa ganhar, precisa ser o número um, e quantas pessoas hoje, influenciadas por essa filosofia, vivendo em depressão. Essa é a era da depressão, então porque esse paradoxo? Porque o ser humano não foi criado para reter foi criado para se doar”.

Figura 2- Programa Retratos da Fé





Fonte: Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mEVnfMm-RSM> Acesso em: mai. 2016

Considerações finais

O que parece estar evidente é a relação indissociável entre empreendedorismo, esporte e religião, mais especificamente na BNC, igreja que nasceu com o propósito de se tornar uma avalanche por meio desse conjunto, se apropriando de discursos, práticas, vestimentas, identidades que “obrigatoriamente” pertencem ao campo do fortalecimento do discurso “liberal”, do diferente, se comparado ao que as outras instituições sagradas produzem.

A apologia ao modelo dos "empresários-esportistas", divulgado como uma meta, ou então como algo supostamente "acessível" a todos, não significa mais que o fortalecimento da igreja no campo subjetivo, de que os fieis podem ser “livres”, praticantes de esportes, e adoradores de Deus. Podendo esse misto conviver de maneira saudável entre os membros e os líderes da igreja, que normalmente são jovens.

As mudanças ocasionadas tanto no meio esportivo, quanto no ramo empresarial surgiram para fortalecer a ideia de igreja, vivida pela BNC. O esporte bem como as técnicas utilizadas nas empresas, dialogam à medida que, o primeiro incentiva a modelação do corpo, a força, a superação de limites, o vencer obstáculos e o segundo, incentiva que o sujeito seja autônomo, dono de seus atos, na construção de uma singularidade pautada pela eficiência e ascensão pessoais.

O crescimento pessoal, ponto propagado em demasia pela sociedade, adquire robustez quando uma instituição religiosa incorpora em seu seio, que a busca para se reafirmar enquanto “empresários-esportistas” é legítima. Para continuar agindo sem culpa, a igreja reafirma a importância, do cuidado em conjunto, que o fiel deve ter: espiritualidade, corpo saudável, fazer algum esporte e entender, nem que seja minimamente, das regras do mundo corporativista.



Como nos traz o sociólogo francês: “A profissionalização da vida sob os auspícios da empresa seria, doravante, a única via para conquistar sua autonomia, se referenciar na existência e definir sua identidade social. Nós somos, de agora em diante, intimados a nos tornar os empresários de nossas próprias vidas” (Ehrenberg, 1991, p. 216).

Referências

- BENTO, J., **Desporto, discurso e substância**. Porto: Saberes do Porto, 2004.
- BENTO, J., GO Tani e Petersen, R. **Pedagogia do Desporto**. Rio de Janeiro: Guanabara, 2007.
- BRONSZTEIN, Karla Patriota; RODRIGUES, Emanuelle. **Mídia, religião e identidade: o consumo inteligente no Programa The Love School**. Joinville: Rastros, 2015.
- EHRENBERG, Alain. **Le culte de la performance**. Paris, Calmann-Lévy, 1991.
- _____. **L'individu incertain**. Paris, Calmann-Lévy, 1995.
- _____. **O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Aparecida: Ideias e Letras, 2010.
- ELIAS, N. **A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- LIMA, Anna Maria Salustiano de Andrade (2015). **UMA AVALANCHE DE CONSUMO? A atuação da Bola de Neve Church nos espaços online**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Comunicação – Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife – PE.
- TUBINO, M. J. G. FERREIRA, V. L. C. & CAPINUSSU, J. M. **Homo Sportivus**. Rio de Janeiro: Palestra Edições Ltda, 1984.

Fontes consultadas no (do) ciberespaço:

Programa da TV Brasil, Retratos da Fé, exibido em janeiro de 2015 e disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mEVnfMm-RSM>. Acesso em: mai. 2016