



ESTUDOS EMPÍRICOS RECENTES SOBRE O CULTO EVANGÉLICO NA ALEMANHA¹

Recent empirical studies on evangelical worship in Germany

Volkert Fendler²

Resumo:

Este estudo foi apresentado de forma oral no “Seminário Internacional sobre Culto e Liturgia”, realizado na Paróquia Evangélica de Confissão Luterana em Santos (SP), em colaboração entre a Igreja Evangélica na Alemanha (EKD) e a Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB). O artigo se divide em dois momentos: no primeiro momento, se apresentarão estudos empíricos realizados por diversos organismos alemães laicos e religiosos. Destaca-se que, o que se busca perscrutar são as questões que envolvem o culto. Desta forma, primeiramente, se apresentarão detalhados resultados dessas pesquisas, para em seguida, e em caráter preliminar, apresentar alguns resultados destas pesquisas, trazendo suas equivalências e discrepâncias. A segunda parte deste artigo, inicia questionando tais pesquisas e procurará apresentar e desenvolver um novo modelo de interpretação dos resultados obtidos nelas. O que se busca neste novo modelo não são as diversas ações litúrgicas desenvolvidas no culto, como por exemplo, prédica, música, oração, etc., mas atrelar estas ações e todas as demais do culto a campos de ação mais abrangentes, que ora podem ser polarizados ou não. Como resultado final, quer se avaliar o culto, como um todo, e a partir de vários níveis e campos de ação, usar este modelo como um instrumento de desenvolvimento da qualidade do culto.

Palavras-chave:

Estudo empírico. Pesquisa. Culto. Igreja. Qualidade.

Abstract:

This study was presented orally at the “International Seminar on Worship and Liturgy”, carried out in the Evangelical Parish of Lutheran Confession in Santos (SP), in collaboration with the Evangelical Church in Germany (EKD) and the Evangelical Church of Lutheran Confession in Brazil (IECLB). The article is divided into two moments: in the first moment, empirical studies will be presented which were carried out by various German lay and religious organisms. We point out that what one wants to investigate are the issues which involve worship. Thus, in the first place the detailed results of these research papers will be presented, to then, in a preliminary way, present some results of this research, point out their equivalencies and discrepancies. The second part of this article begins

¹ Parte I traduzida pelo Dr. Renato Raasch. Parte II traduzida por Luis Marcos Sander. O autor utiliza inúmeras tabelas e quadros comparativos em suas análises, este material está disponível em um arquivo separado.

² Volkert Fendler conduz desde 2009 o “Zentrum für Qualitätsentwicklung im Gottesdienst der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD)”. Foi também pastor nas comunidades de Varel de 2005 a 2009, Hude (Odelburg, Alemanha) de 1992 a 1999 e em Lina (Peru) de 1999 a 2005. Estudou Teologia em Neuendettelsau, Tübingen e Heidelberg. Realizou seu doutorado em Novo Testamento na Universidade de Göttingen. A partir de janeiro de 2017, assumirá o Pastoralkollegs Niedersachsen.

questioning these research papers and will seek to present and develop a new model of interpretation of the results obtained in them. What one seeks in this new model are not the various liturgical actions developed in the worship service, such as, for example, the sermon, music, prayer, etc., but to tie these actions and all the others of a worship service to broader action fields which can be polarized or not. As a final result, we wish to evaluate the worship service as a whole, and based on various levels and action fields, use this model as an instrument of development of the quality of the worship service.

Keywords:

Empirical study. Research. Worship. Church. Quality.

PARTE I

Considerações iniciais

“A teologia anseia por fatos, por realidades.” Isso disse o teólogo alemão Paul Drews há aproximadamente cem anos. Ele teria se alegrado pelos anos 70 do último século, nos quais a teologia prática se voltou de forma consequente para essa realidade, no qual iniciaram as primeiras grandes pesquisas e entraram em um frutífero diálogo com as ciências sociais e humanas. Fala-se de uma “reviravolta empírica” dentro da teologia prática na Alemanha. “Empíria” vem do grego e significa: experiência ou conhecimentos advindos da experiência.

“Sim, então, não é suficiente uma visão na Bíblia? As coisas da fé também não são fatos e realidades?” Neste sentido se expressou Karl Barth sobre o tema, ele foi um declarado opositor de toda forma de empiria. Barth não precisou de nenhuma pesquisa de opinião para elaborar uma dogmática em 14 volumes. E Bonhoeffer secunda: “Quem com a realidade começa, nela perece.”

Que o fosso desagradável ou – dito de forma mais produtiva – a tensão entre empiria e normatividade seja, logo de início, rapidamente mencionada, para que com isso nós saibamos sobre qual campo nos movemos quando em breve olharmos às pesquisas de opinião. Pois essa é a veracidade do ceticismo diante da empiria: não se pode equiparar indistintamente dados e realidade. Deve-se mencionar os conhecimentos almejados. Cada pesquisa empírica possui esse tipo de interesses. Já a formulação da pergunta, sim, que exatamente essa pergunta seja feita e não outra, entrega o perguntador. Dados não podem tornar-se diretamente argumentos. Eles não podem ser transformados de forma irrefletida em ação normativa. Muito antes, eles devem passar pela porta estreita da análise e da interpretação. Eles precisam de uma teoria teológica. Empíria é um instrumento da teologia, e não o contrário.

Em uma primeira parte, eu gostaria de tratar do desenvolvimento dos números referentes às visitas ao culto e em uma segunda parte voltar a atenção ao conteúdo das expectativas das pessoas no culto.

Desenvolvimento dos números referentes às visitas ao culto

Para que se possa afirmar algo a respeito dos números referentes às visitas ao culto na EKD (Evangelische Kirche in Deutschland) eu me reporto a cinco fontes **(F)**. Em primeiro lugar me reporto à Pesquisa Social Geral (ALLBUS) do “Instituto Leibniz para Ciências Sociais GESIS”; em segundo lugar às Pesquisas de Membresia da EKD (KMU); em terceiro lugar à Estatística de Cultos da EKD e em

quarto lugar às impressões subjetivas de cada um. A quinta fonte eu, por enquanto, ainda não entregarei, mas em poucos minutos a tirei da minha cartola.

a) ALLBUS

A Pesquisa Social Geral (ALLBUS) acontece a cada dois anos desde 1980. Na parte fixa das perguntas encontra-se também a pergunta sobre a frequência da ida à igreja. A cada dez anos até mesmo acentua-se o tema da religião com um grande número de outras perguntas do âmbito da igreja. Por isso mesmo, é surpreendente que os resultados dessas entrevistas social-científicas praticamente não são considerados na teologia prática. Nós nos limitamos aqui à pergunta pela frequência da ida à igreja. **(F)** Uma olhada nos números dos anos entre 1982 e 2014 revelam o seguinte quadro. **(F)** Eu simplifico: cerca de 20% dos cristãos evangélicos dizem que nunca vão à igreja. 40% vão mais raramente do que mais frequente no ano, ou seja, talvez somente no natal. Aproximadamente um quarto dos entrevistados visitam os cultos mais vezes por ano. E aqueles dedicados frequentadores da igreja somam com leve oscilação em torno de 15%. O surpreendente para mim nesta visão de conjunto para além de 35 anos de história do culto é a estabilidade dos números. Aqui eu não posso estabelecer com boa consciência uma tendência.

b) As Pesquisas de Membresia da EKD (KMU)

Desde 1972 são aplicadas na área total da EKD as assim chamadas “KMU” (Kirchenmitgliedschaftsuntersuchung). Também no repertório fixo dessas pesquisas pertence a pergunta pela auto-avaliação da frequência de idas à igreja. Essas entrevistas são repetidas a cada dez anos, sendo que dessa forma nós temos aqui um desenvolvimento que pode ser seguido atualmente por mais de 40 anos. Infelizmente a comparação fica prejudicada pelo fato de que a cada ano as categorias mudaram. **(F)**

Sobressai o fato de que as frequentes categorias de ida à igreja (semanalmente até no mínimo uma vez no mês), em azul escuro na parte esquerda, de forma alguma diminuem, mas sim que desde 1972 até mesmo aumentaram. **(F)** A parte daqueles que nunca vão à igreja varia de um lado para o outro e por último demonstra uma leve tendência de crescimento.

O comparativo entre ALLBUS e KMU **(F)** mostra que as pessoas entrevistadas pela KMU se avaliam como evidentemente mais dedicadas frequentadoras da igreja do que na ALLBUS. Isso pode ser explicado pelo fenômeno da expectativa social. Ou seja, se os representantes da igreja perguntam, então se prefere responder o que eles querem ouvir. Diante de entrevistadores das ciências sociais gerais pode-se permanecer neste ponto mais perto da verdade.

c) As estatísticas de culto da EKD

Desde 1975 me estão disponíveis os números da EKD referentes às estatísticas de culto a respeito dos participantes dos cultos dominicais e cultos festivos. Trata-se em rigor de sondagens. A cada ano são levantadas as médias anuais de visitas a partir da seguinte fórmula: Domingo de Invocavit multiplicado por 2 mais primeiro domingo de advento dividido por 3 **(F)**. Ou seja, o número de visitantes de um domingo “normal” qualquer, neste caso do Invocavit, é duplicado, os visitantes de um culto “especial”, que por via de regra é mais visitado, neste caso o primeiro domingo de advento, é acrescentado e o resultado é dividido por três. Por este cálculo resulta os seguintes números para os últimos anos. **(F)**

Depois a média de visitas subiu de 4,2 até 4,7 nos anos 70 até o início dos anos 80. Em seguida decresceu continuamente até os atuais aproximadamente 3,6 até 3,7%, os quais, porém, se

mantém constantes desde os anos 2000. Também aqui apresenta-se uma leve tendência decrescente.

Que tipo de dados se nos apresenta até aqui? Os resultados de duas pesquisas de longa duração (ALLBUS e KMU), que revelam muito sobre a auto avaliação, mas que não revelam necessariamente tudo sobre os números reais. É uma estatística de longa duração que repousa sobre uma sondagem. Estas sondagens possuem, no entanto, certamente um potencial comparativo, pois elas são efetuadas a cada ano da mesma maneira. Apesar disso, é possível perceber aqui uma grande e muito perceptível discrepância: se as pessoas que respondem à ALLBUS e à KMU avaliam de forma correta seu comportamento diante das idas à igreja, então os nossos cultos deveriam estar definitivamente mais cheios. Somente para demonstrar isso claramente a partir dos últimos dados da KMU.

Se realmente 22,4% dos membros da igreja visitam no mínimo uma vez por semana o culto, então em uma comunidade com 3000 membros (a um lugar de pregação no norte da Alemanha pertencem normalmente esse número de pessoas) deveriam aparecer ao culto a cada domingo 672 pessoas. A maioria das igrejas seriam para isso muito pequenas e a partir disso deveriam oferecer mais cultos no domingo. Até mesmo se se considera que as pessoas talvez pensem nos ofícios (assim como sepultamentos) durante a semana e esses mentalmente os conta, ainda assim esse número está bem acima do número de pessoas que realmente aparecem. Como se pode esclarecer este fenômeno? Ao lado do comportamento da expectativa social diante das respostas e do número de pessoas que contam os ofícios poderia ser também considerada a expressão de importância que o culto possui para as pessoas. Ou seja, talvez as pessoas mencionam inconscientemente o número de vezes que elas, *no fundo*, iriam ao culto. Claro está: as pessoas perguntadas aqui evidentemente não respondem no indicativo, mas sim, muito antes, em um tempo que eu gostaria de caracterizar como “optativo cúltico”. Um tempo no qual desejo, estima e real ida à igreja entram em uma relação, a qual ainda não foi matematicamente sondada.

d) Avaliação subjetiva

A avaliação subjetiva da maioria das pessoas na Alemanha, a nossa quarta fonte, se deixa descrever simplesmente da seguinte forma: “cada vez menos pessoas vão à igreja, elas estão cada vez mais velhas, somente vem ainda de um jeito ou de outro mulheres e confirmandos.” Essas frases são repetidas sempre de novo. Elas são repetidas em forma de mantra pelos jornalistas como introdução a qualquer tema a respeito da igreja, indiferente se eles têm algo a ver com a ida à igreja ou não.

O que é correto na tendência de “morro abaixo” com a qual até aqui nos deparamos é a realidade que o número de cristãos evangélicos realmente está diminuindo. Isto acontece através do desligamento da igreja, mais ainda através do desenvolvimento demográfico. Ou seja, nascem menos pessoas do que morrem e por isso menos pessoas são batizadas, respectivamente as crianças são batizadas cada vez mais tarde, também as de pais evangélicos. Dos 26 milhões de membros evangélicos ainda no ano de 1950 (51,5% da população) o número de evangélicos regrediu em 1980 para 25 milhões (41,1% da população) e contava em 2010 ainda malmente 21 milhões (31,9% da população, números somente da Alemanha ocidental).³

Assim não surpreende que o fiel visitante do culto perceba em muitas comunidades que menos pessoas venham ao culto. As comunidades tornam-se finalmente menores sem que o edifício da igreja encolha junto (por outro lado, como consequência disso cada vez mais edifícios evangélicos

³ POLLACK, D. *Religion in der Moderne*. En internationaler Vergleich, 2015, 102.

são abandonados e comunidades fusionadas). Isso esclarece, em partes, a impressão subjetiva e não iriam pôr em questionamento as estatísticas da EKD, que são números percentuais, ou seja, relacionam idas à igreja e número de membros.

Apesar disso, as quatro fontes mencionadas não consideram um fenômeno que há anos desempenha um crescente papel e que relativiza o aparente objetivo e inabalável movimento de decréscimo relativo às visitas ao culto. Isso me traz finalmente à quinta fonte, que nos fornece explicações sobre o comportamento dos cristãos evangélicos na Alemanha a respeito das idas à igreja.

e) O Projeto de Contagem de Oldenburg

Os oldenburgueses, um distrito eclesiástico com 80.000 membros com 24 lugares de celebração de cultos, queriam saber com exatidão: Quantas pessoas nós alcançamos com nossos cultos durante um ano? Os oldenburgueses não queriam confiar nem em opiniões subjetivas, nem em sondagens da EKD. Eles tinham a suspeita de que os números da EKD eram cada vez menores do que o que representava a realidade. O que eles fizeram? Eles se propuseram durante todo um ano a colocar em estatísticas todos os cultos do seu distrito eclesiástico. Eles nos encarregaram, a nós do Centro para Desenvolvimento de Qualidade no Culto em Hildesheim, a preparar e avaliar estas contagens. E uma contagem dessa natureza, *esta* avaliação foi a primeira de todas não apenas em Oldenburg, mas sim em toda a EKD.

Esses são os números para todo o distrito eclesiástico **(F)**. Assim como mostra a linha azul, a visita ao culto em Oldenburg movimenta-se entre 1,3 a 3,6%. Essas são as pessoas realmente contadas em cultos dominicais e festivos. Como se comporta diante disso a média obtida pela sondagem da EKD? Na maioria das vezes a linha da EKD (em vermelho) está inclusive mais alta, casualmente ambas as linhas se encontram, mais raramente ela está abaixo. Então os jornalistas têm, de fato, razão? Nós não apenas estamos contados nessa depressão, mas passamos realmente por uma? Não, pois somente as lâminas seguintes mostram os números decisivos. A comunidade de Ofenerdieck deve servir aqui como exemplo representativo. **(F)** Primeiramente, o corte da EKD de 2,82%, que aparentemente mal pode ser alcançado pelos números dos visitantes do culto em domingos e dias festivos.

(F) Já a inclusão dos batismos traz um acréscimo digno de ser mencionado. Por que participantes de festividades extras referentes a batismos não as contam junto? Na Alemanha os cultos com batismo são ocasionalmente melhor visitados do que os assim chamados cultos principais que antecedem.

Entrementes a cultura de culto no final de semana se diferenciou essencialmente. Por isso, são contados na próxima curva os cultos que aconteceram na sexta-feira à noite, sábado à noite e no domingo à noite, ou seja, p.ex. culto das crianças, culto dos jovens, culto com crianças pequenas, culto de apresentação, do dia mundial de oração e confirmações que foram celebradas no sábado. O que acontece em Ofenerdieck se esses cultos forem considerados? **(F)** O corte da EKD é alcançado. Mas com isso ainda não basta.

Um número expressivo de cultos acontecem em ancionatos, hospitais, instituições para deficientes e prisões. Eu os chamo de “cultos diaconais”. Normalmente estes não acontecem no final de semana. **(F)** A expansão da curva para 3,16% não é tão considerável, mas mesmo assim afasta-se aos poucos do corte da EKD – e, haja dito, na direção certa.

(F) Ainda são acrescentados os cultos nos jardins de infância e **(F)** as repartições do distrito eclesiástico, isto é, todos os cultos que por via de regra não são contados por comunidades, ou seja,

cultos em hospitais, cultos diaconais que vão além das comunidades, convenções de pastores, cultos nas escolas, etc. Esses cultos, pelos quais os responsáveis estão muito frequentemente localizados no distrito eclesiástico ou na igreja territorial como pastores em funções específicas, caem fora de toda estatística e não são contados em lugar algum. Esse acréscimo é, mais uma vez, considerável. O corte da EKD não está mais no horizonte.

(F) Agora se pode acrescentar ainda os sepultamentos. A partir daqui proíbe-se a comparação com o corte da EKD, já que ele também não contém os ofícios. Mas não deixa de ser considerável quantas pessoas são alcançadas justamente por cerimônias de sepultamento durante o correr de um ano. Afinal de contas, aqui também é anunciado o Evangelho.

(F) O último passo seria considerar todos os cultos, inclusive meditações, casamentos e jubileus casuais. Vê-se que diante dos outros cultos, esses não conferem o maior crescimento de todos. – Mas agora vejamos: 1,64% de pessoas que vão ao culto em cultos dominicais e festivos foram contados no início contra 6,27% a partir da consideração de todos os cultos. Em vermelho está marcado tudo o que se encontra sobre o corte da EKD. Assim apresenta-se a pergunta: Ofenerdieck é uma excessão?

(F) A comunidade de Osternburg apresenta um quadro bem parecido.

(F) A comunidade de Oldenburg alcança e ultrapassa o corte da EKD somente a partir da consideração dos departamentos do distrito eclesiástico.

Para não permanecer apenas em casos isolados, é importante um olhar sobre todo o distrito eclesiástico. Aqui se apresenta que em média o corte da EKD é superado a partir da consideração dos cultos do final de semana e que o total de pessoas alcançadas por meio de cultos, sem contar as meditações, ofícios, casamentos e sepultamentos, fica aproximadamente 2% mais alto. No âmbito de percentuais no qual nós nos encontramos, o corte da EKD representa com isso apenas 56% do número e de pessoas que são realmente alcançadas.

Dessa forma mostra-se que o corte da EKD não representa até hoje de forma apropriada o desenvolvimento da cultura de culto. Ele não sabe nada sobre novos formatos de culto e sua crescente disseminação pela semana. O projeto de contagem de Oldenburg mostra em contrapartida a incrível riqueza de cultos que existem neste campo. Em média, cada membro da comunidade é alcançado por cultos 3,5 vezes por ano – isso já é alguma coisa.

No geral é assim que o número de membros das grandes igrejas cristãs evangélicas na Alemanha diminuem continuamente. Mas sobre uma base percentual, o comportamento, no que diz respeito à visita ao culto, permanece estável. No entanto, a visita desloca-se dos cultos dominicais normais cada vez mais forte para cultos especiais, para cultos em instituições e em ocasiões especiais. Pode-se observar que o significado dos ofícios, justamente também através de novos ofícios como cultos de início das aulas, cerimônias fúnebres públicas, cultos de jubileu e festas, está crescendo. Apesar de sua má fama (“tediantes”), o culto alcança muitas pessoas também para além das fronteiras da membresia.

(Conversa a respeito do que foi ouvido e/ou pausa breve)

Expectativas sobre o conteúdo do culto

A segunda parte da minha palestra trata das expectativas sobre o conteúdo do culto. As fontes desta parte são as recentes pesquisas de membresia da EKD, do ano de 2012, os estudos de

ambientes específicos dos últimos anos, um estudo bávaro sobre culto que foi publicado em 2009 e uma pesquisa online a respeito de culto que nosso centro efetuou em 2013.

a) A Pesquisa de Membresia V (Estudo da EKD)

“O que lhe é pessoalmente importante em um culto?” Esta foi a pergunta principal que a KMU V dirigiu a cristãos que, no mínimo, mais vezes por ano vão ao culto. Os itens das respostas foram pré-estabelecidos. Aqui estão eles listados na ordem de adesão. Um culto... **(F)**

Em percentuais Alemanha oriental e ocidental (Respostas 6+7)

deve ter antes de tudo uma boa pregação.	81
deve transmitir esperança.	77
deve tratar de temas atuais importantes.	74
deve me dar um sentimento de comunhão com outros.	72
deve ser moldado por uma linguagem atual apropriada.	70
deve ter Jesus Cristo no centro.	63
deve acontecer em uma igreja bonita.	61
deve ser celebrado com a Santa Ceia.	59
deve me fazer experimentar algo de sagrado.	58
deve me ajudar a direcionar minha vida.	55
deve ter antes de tudo músicas eclesiásticas clássicas.	52
deve me estimular a refletir adiante.	49
deve conter músicas eclesiásticas modernas, também Gospel.	40

b) Estudos de Ambientes/ de públicos Específicos

Com a ajuda de dados do estudo antecedente KMU 4 e entrevistas complementares mais pormenorizadas desenvolveu-se uma descrição de seis ambientes de vida que se diferenciam através de suas preferências estéticas, suas orientações de valor, suas preferências a respeito de experiências e seus esquemas de prazer. **(F)** Diferentes públicos tem diferentes expectativas com respeito ao culto. **(K)** Os assim chamados “superculturais” veem o culto antes de tudo como uma ação cultural tradicional, eles gostam de uma linguagem elaborada, estética complexa, mas são intimidados por trivialidades, movimento e por demasiada corporalidade, assim como o contato físico. Para os “pés-no-chão” o culto é a certificação de um mundo intacto. Para este a estética deveria ser simples, a comunhão e o sentimento de proteção são importantes para eles, mas se sentem incomodados com demasiadas exigências intelectuais ou acadêmicas. **(K)** Os assim chamados “sociáveis” preferem uma estética popular, símbolos, alusões, histórias devem aparecer com prazer, mas rigidez e dogmatismo os assusta. Para eles o culto é antes de tudo uma experiência social. **(K)** Elementos meditativos, possibilidades de participação, mas também referência crítica à sociedade são elementos do métier dos “críticos”, para os quais o culto é um tempo de reflexão e

meditação. Esse grupo pode ser buscado com tradicionalismo, formalismo e com grandes encenações harmoniosas. **(K)** Para os “móveis” o culto é um evento religioso com possíveis prédicas originais e envolventes, estética e um alto caráter de experiência. Toda forma de severidade, dogmatismo ou compromisso é mal visto. **(K)** Os assim chamados “tímidos” desejam no culto uma apresentação tradicional, uma estética simples, estrutura clara e direção. O seu lugar preferido é a última carreira de bancos. Lá eles podem rapidamente sumir caso o culto, contra o esperado, exigir participação e aproximação.

c) O estudo bávaro sobre culto

O estudo sobre culto, proveniente da Baviera, **(F)** foi realizado pelo Instituto sobre Culto de Nürnberg em cooperação com a Universidade de Bayreuth já no ano de 2000. Ele não pergunta intencionalmente de forma direta sobre cultos, mas sim sobre rituais de uma forma mais geral. A partir de conversas livres com 50 bávaros, ele quis descobrir qual o significado de rituais cotidianos para a elaboração de sentido em um mundo moderno. No entanto, no pano de fundo estava em segredo a pergunta **(K)** pelo motivo de as pessoas irem ao culto. O alvo do estudo foi encontrar nos rituais cotidianos as necessidades, relevâncias e modelos de significância que mais tarde também pudessem ser comparados com os cultos. As seguintes sete áreas temáticas foram encontradas.

Sentir alegria de vida (2K)

Rituais servem para se desfrutar da vida com consciência. Eles são buscados de forma consciente para se ter uma possibilidade de sentir alegria de viver.

Expressar a autodeterminação (2K)

Pessoas interpretam o mundo e sua vida através de rituais. Aqui também perguntas religiosas desempenham um papel. Com isso elas mostram que agem de forma autodeterminada. Elas têm o sentimento de ter suas vidas, ao menos em parte, em suas próprias mãos e que são parcialmente construtoras de sua própria alegria. (“Eu creio em Deus, mas assim como eu entendo como certo e não assim como a igreja quer me prescrever.”)

Experimentar sentido de vida (2K)

Rituais podem tornar o sentido de vida experimentável: sentido se experimenta no estar junto com outros, quando se tem relacionamentos plenos – também isso pode ser interpretado de forma religiosa (“nós fomos destinados um para o outro”) – ou quando se se experimenta em sintonia com a natureza. Ou quando no fim do dia se abre cerimonialmente uma cerveja pelo fato de se ter terminado a “obra do dia” (isso principalmente homens).

Vivenciar Locality (2K)

Através de “locality” não se está pensando simplesmente em comunhão. Também diz respeito a um sentimento de pertencimento [Beheimatung]. (Comunhão, sentimento de pertencimento, pertença = locality). Rituais servem para se assegurar do pertencimento a uma comunhão. A isso também pertencem atividades conjuntas. Para além disso, rituais servem para o intercâmbio e para a troca de informações.

Exercer o cuidado consigo mesmo (2K)

Rituais auxiliam a se recolher das exigências do cotidiano, ajudam a desligar, a relaxar (banheira, velas, vinho tinto). Eles podem conceder espaço para introspecção e reflexão. Eles oferecem recursos para recarregar as forças, para administrar crises ou até mesmo a vida. Aqui é importante a referência a si mesmo: Quer-se encontrar o próprio centro, encontrar-se consigo mesmo, sentir-se a si mesmo. Por isso, aqui é importante o tema saúde e corporeidade: deseja-se sentir a própria corporeidade.

Conseguir estrutura e orientação (2K)

Rituais estruturam o dia a partir da alternância de tempo de trabalho e tempo livre, de semana e final de semana e o correr do ano. Isso vale para as pequenas coisas, assim como em um ritual noturno ao lado da cama de uma criança, em festas e jogos de futebol, na programação do final de semana, até grandes coisas como ritmos de aniversário, natal, jubileus. Tudo isso fornece orientação e familiaridade, produzindo um sentimento de segurança.

Perceber a estética (2K)

Alguns rituais também podem, por fim, mediar certas experiências estéticas: a mesa é arrumada e decorada, a comida é servida de forma especial, pois os olhos comem junto, também a música desempenha frequentemente um papel importante, ambientes são preparados.

d) Entrevista online do Centro para Desenvolvimento de Qualidade no Culto

No ano de 2013 **(F)**, o Centro para Desenvolvimento de Qualidade no Culto realizou uma entrevista online a nível nacional, na qual participaram 1756 pessoas evangélicas. Trata-se aí em grande parte de pessoas que são muito próximas da igreja. A amostragem alcançada vai acima da média à igreja, a metade deles sente-se muito ligada à igreja e três quartos são trabalhadores voluntários na igreja. Com isso o estudo não é, a princípio, representativo, mas nós ficamos sabendo de algumas coisas sobre as expectativas e posicionamentos das pessoas com as quais nós, na maioria das vezes, estamos lidando – mesmo que isso não seja a maioria da membresia.

Foram expressas as seguintes expectativas, da mesma forma devido a respostas pré-estabelecidas. A linha esquerda (a área cinza escuro) mostra o número de pessoas das quais essas expectativas eram importantes, o campo branco são as que não conseguiam decidir entre importante e irrelevante e a área cinza escuro mostra em três graus que as expectativas não são assim tão importantes. Por base estava uma escala com sete posições entre os polos “muito importante” (cinza claro) até “nenhum pouco importante” (cinza escuro). **(F)**

Esclarecedor é agora a comparação das expectativas segundo o grau de ligação dos entrevistados. **(F)** Quais diferenças você observa?

Nós percebemos uma grande abundância de expectativas, em partes elas eram até mesmo contraditórias. Como se deve proceder com essa abundância? Amanhã eu irei prosseguir a partir daqui e com o modelo do “Campos de ação do culto” tentarei uma resposta a essa pergunta.

PARTE II

DA GESTÃO DE ESTADOS DE ESPÍRITO AOS CAMPOS DE AÇÃO

A aporia de estudos empíricos

Na Alemanha, tem-se investido fortemente em estudos empíricos sobre a participação das pessoas no culto e a compreensão delas a respeito do culto cristão. É esse o resultado da realização de pesquisas de opinião a respeito do culto, ou seja, do procedimento empírico: comprova-se muita coisa do que já se sabia anteriormente. Por exemplo: as pessoas querem ouvir uma boa pregação. Até que enfim temos isso preto no branco. Outras coisas talvez surpreendam: as pessoas querem ser mais frequentemente questionadas e não constantemente consoladas! Algumas coisas assustam: muitas pessoas já não sabem o que fazer com o tema “perdão” no culto. Contradições também são reveladas: algumas querem uma prédica com pretensões acadêmicas, e isso é justamente o que outras não querem. Às vezes, também precisa ficar em aberto o que as pessoas no fundo quiseram dizer com uma determinada afirmação: o que elas entenderam como uma “boa pregação”?

Muitas vezes, pesquisas de opinião empíricas provocam duas reações: fascínio e frustração. O fascínio advém da força sugestiva das imagens. O que aparece ali na lâmina tem a aparência de fatos. Lá está, afinal. Mas esses pretensos fatos são apenas um excerto da realidade. É necessário olhar mais de perto quem foi perguntado, onde, quando e como. É necessário interpretar os dados, e dever-se-ia fazer isso com muito cuidado. Assim, a outra reação tampouco é uma solução: a frustração, que avalia as contradições como prova da inutilidade da empiria em geral e exclama: Só acredito na pesquisa de opinião que eu mesmo falsifiquei.

Portanto, as pesquisas de opinião empíricas produzem, antes de mais nada, um grande panorama de expectativas. Acho, no entanto, que somente isto já é alguma coisa. As pessoas têm muitas e altas expectativas em relação ao culto. Nem sempre as mesmas, mas o culto também não lhes é indiferente. Como devemos lidar com esta grande quantidade de expectativas? Oferecer cultos para grupos específicos de pessoas e ir ao encontro de públicos diversos? Celebrar de forma variada? Assim, porém, surge a pergunta a respeito de como essa diversidade é compatível com o ideal teológico-eclesiológico segundo o qual o culto é o centro da comunidade – nem tanto o centro que também possa ser comprovado em números, mas o centro da identidade da comunidade, como diz o manual de culto. Para a realização desse ideal não é necessário que haja sempre cultos em que todos os grupos específicos concebíveis se reúnam: jovens e velhos, homens e mulheres, pessoas de nível cultural elevado e de alta mobilidade?

Gestão de estados de espírito

Todas as pesquisas de opinião empíricas têm uma coisa em comum. Elas perguntam a respeito do indivíduo e suas características, suas noções de valor, suas preferências estéticas ou hábitos. Ou seja, é algo parecido com o que se conhece dos testes de celebridades em revistas. Que tipo de veranista eu sou? O tipo sol-praia-mar, o faminto por cultura, o sombra-e-água-fresca, etc. Ou talvez, com maior seriedade: o tipo de personalidade segundo Fritz Riemann: o obsessivo, o histérico, o esquizoide e o depressivo.

As tipologias sempre parecem de alguma forma plausíveis e, com frequência, a gente se reconhece a si mesmo nestas classificações. Mas, ao mesmo tempo, a gente percebe: é verdade que eu sou isso, mas não somente. Também vou além. Também posso ser bem diferente. Não estou tão fixado assim. Não caibo em uma gaveta.

Por que eu também posso ser bem diferente? Por que gostaria de ser uma coisa hoje e amanhã talvez de preferência outra? Entre outras coisas, porque estou no âmbito de influência de muitas ações que me envolvem e às quais reajo de forma flexível. Influências de pessoas, p. ex. Vocês conhecem isso. Diante do membro X eu me sinto como um conselheiro paterno, enquanto meu amigo de carteado Y ativa em mim minhas capacidades humorísticas de modo maravilhoso. E como pode que o colega Z sempre consegue fazer com que eu me sinta como um menino bobo? – Quem sou eu, e em caso afirmativo, quantos?

Mas também as situações “mexem conosco”. Para meu falar, sentir e agir faz uma grande diferença se estou em um churrasco, fazendo compras ou no brechó. E naturalmente também o que vivenciei imediatamente antes (uma briga, um acontecimento feliz) e o que me espera imediatamente (uma prova, um reencontro). Não confio mais em frases como: no jogo você mostra sua verdadeira face. O que é minha verdadeira face? Eu tenho uma face verdadeira? Ou o fato de ter mais faces não é justamente uma verdade a meu respeito?

A pergunta que se coloca para nós com respeito ao culto é a seguinte: fazemos justiça às pessoas junto com suas muitas faces baseando-nos nas pesquisas de opinião padronizadas com base na psicologia da personalidade e fazemos justiça ao culto se o modelarmos sob medida como um contraste negativo para a face supostamente verdadeira do ser humano?

No marketing existe curiosamente, há alguns anos, uma corrente que questiona exatamente isso. Claro que não para cultos, mas sim para produtos e serviços em geral. Essa corrente constatou a existência de uma mudança fundamental da realidade social que também exerce influência sobre o pensar e agir humanos e suas atitudes. Também neste caso se trabalha bastante com a psicologia, com entrevistas psicológicas em profundidade, p. ex. Os pesquisadores descobriram que produtos e serviços não podem mais ser correlacionados diretamente com certos grupos de pessoas. Os homens usam calças, e as mulheres usam vestidos – isso se aplica a ontem, ou melhor, já a anteontem. Hoje já se usa até mesmo barba com vestido longo. Isso se torna um problema para a publicidade, que até agora gostava de falar de grupos-alvo e procurava servi-los.

Um exemplo da indústria de chocolate: por muito tempo se dividiam os consumidores de chocolate nas pesquisas de mercado em dois grupos: “lambedores” e “mastigadores”. Isso tinha um certo valor de entretenimento, mas os “lambedores” foram cada vez mais pegos mastigando e os “mastigadores” lambendo. Ao que tudo indica, havia e há cada vez mais pessoas que, dependendo de seu estado de espírito interior, por vezes lambem o chocolate e por outras o mastigam. E esses fenômenos podem ser observados em todos os lugares: “De repente também pessoas de alta renda procuram lojas de desconto, antes malvistas, pessoas mais velhas compram produtos destinados a pessoas mais jovens, mulheres também compram, às vezes, produtos masculinos”.⁴ Em suma: pessoas que destoam do comportamento-padrão são hoje uma realidade que só pode ser ainda compreendida de forma limitada através da clássica orientação por grupos-alvo, pois esta se baseia em idade, classe social, ambiente de convívio, formação, sexo, todas essas características de tipos de personalidade que a pessoa moderna está transcendendo de maneira crescente. Todos e todas nós estamos nos tornando cada vez mais fortemente múltiplas personalidades que, por vezes, agem e decidem assim e, por vezes, assado, que inclusive por vezes gostam de sair do papel previsto e fazer coisas surpreendentes.

Nós agimos da maneira como “estamos a fim”. Isso tem a ver com nosso estado de espírito interior. Por isso, novas estratégias de mercado estão falando da chamada gestão de estados de

⁴ Lönnecker, Verfassungsmanagement.

espírito. Neste caso, o que está em foco justamente não é a suposta individualidade constante das pessoas, mas se levam em conta suas disposições mentais. O que importa para elas e quando? Como um produto ou um serviço pode captar essas disposições mentais em mutação? Por exemplo, na medida em que produtos não são mais destacados para diferentes grupos-alvo, mas sim para diferentes estados de espírito. Dois exemplos da indústria de chocolate: a marca Milka satisfaz um outro estado de espírito do que a Ritter Sport. Milka representa um estado de espírito prazeroso e narcisista (A mais delicada das tentações...) e se destina preferencialmente para o consumo em casa, enquanto a Ritter corresponde a um estado de espírito mais associado a ação e energia. Por isso, o termo “Sport” é acrescentado ao nome. Com esse chocolate se associa mais o consumo fora de casa (quadrado, prático, bom). Orientação pelo estado de espírito em vez de orientação por grupos-alvo.

“Portanto, o marketing baseado em estados de espírito foca na disposição mental, no ‘estado’ ou nas condições em que os compradores e usuários entram quando estabelecem contato com certos produtos. O aspecto novo nisso é que não é mais o tipo ou a espécie do respectivo grupo-alvo que define as ações, mas sim o fato de eu investigar e observar exatamente o que o gênero do produto em que ofereço meu produto ‘faz’ com as pessoas, ou seja, em que ‘estado de espírito’ elas entram. Ou seja, contemplamos um mercado como um campo de forças psíquico,” (de uma notícia do rheingold-Institut, 2011)

A dissolução do modo de pensar a partir dos clássicos grupos-alvo pode ser demonstrada com base no ideal de família. Neste caso se podiam identificar antigamente desejos uniformes e universalmente válidos com papéis claros: pai, mãe, filho ou filha com suas respectivas funções e retomá-los na publicidade, p. ex. Hoje, porém, os papéis dentro da família precisam ser constantemente renegociados. Quem fica em casa quando uma criança nasce, quem cuida da casa se o pai e a mãe trabalham fora de casa, etc.? É justamente a partir dos jovens que se podem deixar claras as mudanças: eles “se adaptam aos respectivos entornos de modo tão consequente que perfis individuais constantes quase não podem mais ser verificados”. Esse processo de adaptação e de desindividualização marca hoje a cultura cotidiana dos jovens: quando elementos constantes ainda podem ser percebidos no comportamento dos jovens, eles não são pessoais e individuais, mas sim impessoais e vinculados ao contexto. “Decisivo para o seu comportamento e para os produtos e mídias utilizados é o marco no qual eles se encontram: escola, descanso, festas dos anos 70, bailes de formatura, compras de final de semana, clubes esportivos.”⁵ - O rheingold-Institut descobriu entre as mulheres um estado de espírito que chama de “delírio de criação virtual”. O diagnóstico para os homens se chama “difusão de imagens”: fixações em uma imagem masculina provocam imediatamente contestações. As inferências de tudo isso para todos os sexos são as seguintes: o foco da publicidade não deveria estar em qualquer traço típico (típico de homem, típico de mulher, típico de criança), mas sim na própria marca e nas situações em que é usada.

Dito resumidamente: “Os consumidores querem ser tudo ao mesmo tempo: novos/velhos, familiares/desvinculados, ricos/famosos, simples/normais. Eles querem no mínimo ter a opção de não deixar nada de fora e poder mudar a qualquer hora. Por isso, também é inútil e sem sentido procurar padrões de comportamento vinculados a grupos ou pessoas, como o fazem preponderantemente os modelos de grupos-alvo”.

Os campos de ação do culto

⁵ Lönnecker, Ende der Zielgruppen

Se levarmos a sério as percepções do marketing baseado em estados de espírito, o que isso poderia significar para o culto? Quais seriam os estados de espírito para os quais o culto pode nos fazer passar? Quais das nossas atitudes mentais ele pode retomar? Para poder responder essas perguntas, nós não realizamos entrevistas psicológicas em profundidade, como o rheingold-Institut costuma fazer, mas processamos as percepções – também contraditórias – dos estudos empíricos de que temos conhecimento em uma espécie de metaestudo, comparamos com elas percepções teológicas fundamentais a respeito de culto e, naturalmente, também retomamos as próprias e várias experiências com o culto feitas pelo grupo de trabalho. Daí surgiu o seguinte modelo de campos de ação do culto:

O culto tem o potencial para produzir os seguintes efeitos:

Nele acontece *interpretação do sentido* no campo de tensão entre autodeterminação e (na mediação de) “verdade eterna”. Decisivo nele é a *experiência existencial* na vivência dialética da alegria de viver e da seriedade da vida. O culto produz *orientação para a ação* entre os polos do cuidado consigo mesmo e do amor ao próximo. Ele cria, em quarto lugar, *relacionamento* nos campos de tensão entre proximidade e distância.

Dois coisas chamam a atenção neste modelo. Não é a um efeito ou estado de espírito que o culto atende, mas a vários. Mas isso não contradiz os princípios da gestão de estados de espírito, pois também nela se atendem vários estados de espírito no caso de produtos mais complexos, como um carro, e certamente de serviços mais complexos, como uma ida ao teatro.

A segunda particularidade se refere às polaridades que aparecem de forma tão decidida no modelo: alegria de viver/seriedade da vida, proximidade/ distância, etc. Também essa particularidade não foi imaginada por nós; ela é parte integrante e essencial da psicologia dos efeitos que aqui nos serve de base, remonta ao psicólogo Wilhelm Salber e foi retomada pelo rheingold-Institut. Segundo ela, a cada produto e serviço é inerente uma ambivalência, uma dualidade – como diz Salber – que se expressa em qualidades e contraqualidades. Assim, fumar cigarros está conotado entre os consumidores com valores como liberdade, estar à vontade e aventura. Ao mesmo tempo, também eles sabem também que fumar cigarros pode significar exatamente o contrário: dependência, comportamento vicioso, aprisionamento.

Enquanto o marketing procura fortalecer, salientar e atender principalmente as qualidades que agradam às pessoas e fazer desaparecer as contraqualidades, as quais, p. ex., destacariam também o potencial crítico do produto, no culto justamente não se visa jogar um polo contra o outro, mas sim perceber ou efetivar a ambos como expressões legítimas do campo de ação. Voltaremos a este assunto ao perguntarmos como isso pode acontecer. Inicialmente fica claro, através das polaridades, que acontecimento abrangente é o culto, estando inclusive em condições de acolher em si contradições.

Experiência existencial

Irei detalhar os campos de ação a partir de um culto dominical.

O culto medeia uma *experiência existencial* através da vivência de “alegria de viver”, que, no entanto, não permanece na superfície, mas pretende simultaneamente tocar em perguntas últimas a respeito do sentido, sofrimento e morte. A alegria e a seriedade – e todas as emoções imagináveis entre elas – só se tornam vivenciáveis se o acontecimento toca o ser humano no mais profundo da sua existência. A Pesquisa sobre os Membros (KMU, na sigla em alemão) da Igreja

Evangélica da Alemanha (EKD, idem) fala do desejo de muitos por confiança. Como mostra o estudo sobre a Baviera, as pessoas procuram em rituais tanto possibilidades de expressão de sua alegria de viver quanto possibilidades para assimilarem situações críticas da vida. Um estudo de Regina Sommer sobre as expectativas de pais que irão batizar seus filhos mostrou, que mesmo no batismo, que é entendido na igreja nacional como um ofício casual mais marcado pela alegria, existe a necessidade de que seja tematizada a preocupação em torno de ameaças, da indisponibilidade da vida e até do medo da morte.

O humor certamente pode desempenhar um certo papel no culto. Mas não na forma de um culto coordenado jovialmente de cabo a rabo, como também se pode vivenciá-lo. Há um anseio por profundidade, solenidade, e momentos de silêncio podem aprofundar especialmente a experiência existencial. Esse campo de ação pode nos preservar de unilateralidades em que um pastor desempenha apenas o papel de dignitário ou então de apresentador de um show, entre o peso da teologia da cruz e o sorriso pascal permanente. Ao mesmo tempo, o campo de ação chama a atenção para o fato de que o acontecimento do culto deve ser relevante para as pessoas para que elas sejam de fato tocadas existencialmente. Ele tem a ver comigo e com minha existência – esse sentimento pode ser particularmente acentuado no culto.

Interpretação do sentido

O campo de ação chamado *interpretação do sentido* se move no culto entre os polos da autodeterminação e determinação alheia. Por um lado, a palavra de Deus com sua pretensão de verdade, a palavra externa (*verbum externum*), é a palavra que não se pode dizer a si mesmo. Por outro lado, encontra-se o ser humano com seu desejo de autonomia, que vivencia, gratificado, o fato de poder fazer algo, de poder dar uma direção à sua vida. Como ambas as coisas podem ser retomadas de forma apropriada no culto?

Segundo minha avaliação, o culto dominical normal dá claramente prioridade ao polo “mediação da verdade eterna”. As prédicas geralmente permanecem próximas ao texto bíblico, dão muitas explicações, oferecem conexões históricas, formam, pretendem saber o que Deus diz, quer e exige. Isso se defronta com o ser humano autodeterminado. Este desempenha no culto um papel mais na forma de contraste negativo, de preferência nas partes iniciais como confissão de pecados e *Kyrie*. Aí é nomeado, confessado e condenado o ilimitado ímpeto de liberdade do ser humano, seu egoísmo, seu desejo de tomar a vida em suas próprias mãos. Com frequência somos cumprimentados no culto de acordo com o seguinte lema: Você é uma pessoa má, que bom que você esteja aqui.

Mas a autodeterminação não deve ser sempre equiparada a autorredenção e a esquecimento de Deus. O polo deste campo de ação poderia nos ensinar a observar até que ponto o potencial humano de autoconstrução, força criativa, liberdade de decisão e prazer com a própria força também pode ser retomado no culto cristão de forma positiva. Deus não criou o ser humano também como parceiro de aliança, que se decide livremente por ele, que não precisa se anular totalmente na sua relação com Deus, que também expressa seu potencial criativo, sua perspicácia, sua busca de sucesso? A palavra de Deus não pode ser entretecida mais fortemente ainda com essa vontade de autodeterminação humana e só colocar um limite salutar onde essa vontade se torna incondicional e pretende pôr o ser humano no lugar de Deus?

Orientação para a ação

As pessoas visitam o culto também para encontrar *orientação ética*, e os cultos dão, no seu anúncio da lei e do evangelho, orientação para a ação. Os polos que este campo de ação descreve são a necessidade de autocuidado e a solicitude com o próximo, classicamente expresso no mandamento do amor: Amarás o teu próximo como a ti mesmo.

Perguntas típicas que servem de orientação para esse campo de ação são: o culto me estimulou a repensar meu próprio comportamento? Ele me levou a me sentir melhor preparado para uma determinada tarefa? Ajudou-me a encontrar uma orientação em uma situação que exigia uma decisão? Nós sabemos que as pessoas também procuram os cultos exatamente quando se encontram em uma situação difícil, quando estão passando por uma crise ou procurando orientação.

Este campo de ação serve bem para observar se nos cultos há algo para esse tipo de pessoas. A polaridade sensibiliza para possíveis unilateralidades: será que eu exijo talvez com frequência demasiada que se deva empenhar-se por outras pessoas, sacrificar-se ou colocar as próprias necessidades em segundo plano? Ao menos, o culto ainda tem frequentemente esta fama. Naturalmente também já está crescendo o outro lado nos cultos: a atribuição de importância às próprias necessidades, a advertência contra exigência excessiva e estafa, o desejo de que as pessoas que participam do culto se sintam bem. Um grupo crítico já está se mobilizando contra isso e advertindo contra os cultos focados no conceito de *wellness*.

Eu vivencio ambas as coisas: cultos do tipo “Quero permanecer assim como sou – Você pode” e cultos de caráter legalista que exigem mudança e moralizam. Essa seria a obra de arte: anunciar a lei e o evangelho de tal forma que tanto a pressão da justificação me seja tirada quanto me seja dada vontade e encorajamento para que eu aja, mude a mim mesmo, tome uma decisão.

Relacionamento

Um momento vivencial importante do culto é a experiência de comunhão. Entre a proximidade e a distância se move o que as pessoas procuram no campo de ação do *relacionamento* e o que o culto pode oferecer neste tocante. – Culto também significa comunhão. Mas a necessidade dela tem características diferenciadas! Para uma pessoa nunca é suficientemente intensiva a forma como é saudada e percebida, ela gostaria de estender a mão ao seu vizinho durante a Ceia do Senhor, adora o culto que se celebra sentado em círculo e precisa do café conjunto depois do culto tanto quanto do culto em si. A outra chega propositalmente atrasada, depois de os sinos tocarem, quando o comitê de saudação já se foi, senta-se na última fileira, não gostaria de ser olhada e muito menos de ser tocada e deixa a igreja novamente antes da Ceia do Senhor. O culto possibilita ambas as coisas. Ele é um dos poucos eventos nos quais a comunhão também é possível sem comunicação interativa, a saber, através do canto comunitário, através da posição comum voltada para a frente (para Deus), através do falar ao mesmo tempo as mesmas palavras. As pessoas responsáveis pelo culto têm grande influência no sentido de tornar a proximidade ou a distância mais forte. Ou elas até se exercitam na arte de possibilitar ambas. A polaridade do campo de ação sugere que não se idealize ou demonize unilateralmente uma ou outra.

Nesta consideração a respeito dos efeitos do culto, nem mesmo se contemplou inicialmente através do que esses efeitos são provocados. Você não encontra neste modelo nenhuma palavra sobre a música, pelo que muitos músicos eclesiais já se indignaram. Mas você

também não encontra nenhuma palavra sobre a prédica, a linguagem de oração, a estética ou a presença litúrgica. É indiscutível que os elementos mencionados possuem um potencial de ação. É necessário diferenciar os *campos de ação* do culto de seus *fatores de ação*. A música, a prédica e a presença seriam esses fatores, assim como a acústica, iluminação, personalidade da pregadora, opções de assentar-se, estado do órgão e do organista, etc. Os campos de ação direcionam para as quatro dimensões mencionadas os efeitos que podem advir de todos os fatores imagináveis. Vejo um ponto forte deste modelo no fato de que não se fica perdido em detalhes do culto. Os campos de ação conduzem o olhar para o que é essencial. Quantas pesquisas de opinião sobre o culto já existiram nas quais já se se perguntou a respeito da quantidade de canções ou hinos conhecidos, da duração da pregação e da limpeza da área do altar ou mesmo a respeito do grau de perfeição da presença litúrgica? Se tudo isso estava certo, então esse era um bom culto? Raramente se pergunta o que realmente importa, se as pessoas puderam levar algo para a interpretação da sua vida e para sua ação, se elas foram tocadas ou se seguiram adiante mudadas e fortalecidas. Os campos de ação direcionam a atenção exatamente para isso.

Já que os campos de ação foram inspirados pela gestão de estados de espírito proveniente do marketing, pergunta-se até que ponto eles podem ser uma resposta para a aporia da orientação por grupos-alvo no culto e podem superar ou ao menos reduzir o empenho em se buscar cultos feitos cada vez mais sob medida para grupos cada vez mais exatamente diferenciados de pessoas. Justamente as polarizações mostram o coração generoso do culto. É possível preparar cultos nos quais ações e potencialidades contraditórias permaneçam lado a lado, sejam moldadas deliberadamente e não se excluam outras?

O modelo dos campos de ação do culto não visa ser apenas uma construção teórica. Primeiramente ele é isso e parece bem familiar a muitas pessoas. Mas ele também pode se tornar um instrumento do desenvolvimento da qualidade do culto em vários níveis. Três deles serão mencionados a título de conclusão:

- Com os campos de ação, é possível olhar em retrospectiva para os cultos e perguntar: qual campo de ação estava forte? Quais polos mal tiveram importância? Quais campos de ação ou polos eu queria que fossem mais fortes ou mais fracos?
- O modelo pode ser um instrumento da reflexão geral: quais campos de ação são para mim como pessoa responsável pelo culto os meus favoritos secretos? Onde ficam meus eventuais pontos cegos? Quais campos de ação ou polos são sugeridos pelo próprio do domingo?
- Com os campos de ação se pode dar uma direção para a moldagem do culto: o que quero enfatizar propositalmente neste culto? Como se pode desenvolver um campo de ação e seus polos através de uma encenação, através da formulação de textos, através da música, através da participação?