

Sob o slogan "a palavra do Senhor a qualquer hora, em qualquer lugar", o iFé é um aplicativo que agrega vários serviços direcionados a esse público. Por R\$ 20 mensais, o usuário pode pagar seu dízimo pelo smartphone, usando o Eu Contribuo. Também consegue compartilhar sua localização para que os outros saibam, por exemplo, se está no culto das 20h — uma espécie de Foursquare gospel batizado Tô Aqui, Irmão.

O pacote também inclui uma rede social específica para igrejas que o contratarem, canal de vídeo com artistas evangélicos e cultos, Bíblia on-line e um canal direto com o pastor, o Quero te Escutar.

Um dos idealizadores do iFé, o católico Julio Marcelino, 44, fez as contas: o Brasil tem 277 milhões de linhas (mais de uma por habitante) e 45 milhões de evangélicos, muitos deles alçados à classe C nos últimos anos e sedentos por consumo.

Ele espera abocanhar 15% desse filão nos próximos cinco anos. "Espaço para crescer é o que não falta", aposta.

O problema, diz, é que as igrejas parecem ter estacionado no "Antigo Testamento" da internet. Para Marcelino, muitos sites são "rústicos demais", e a interatividade (a "alma do on-line") não evoluiu tanto assim desde priscas eras de conexão discada.

"Se o fiel queria falar com o pastor, tinha que entrar no site, escrever seu nome, pôr o e-mail e enviar até aparecer lá: 'Obrigado, iremos entrar em contato com você'." O que podia demorar dias, isso quando de fato respondiam.

"A ideia é encurtar essa janela. Agora, é entre o pastor e o fiel", afirma Marcelino.

Entre o iFé e o mercado de 45 milhões de fiéis, o caminho começou a ser abreviado no Salão Internacional Gospel. O aplicativo foi lançado na feira de negócios voltada ao segmento e realizada no começo deste mês, no Expo Center Norte, em São Paulo.

EVENTO

Pelos evento passaram de seguradoras (a Mapfre tem planos especiais para igrejas) a skatistas —havia uma pista de skate no local e uma marca, Trinity, que vendia modelos a R\$ 155, com Bíblias grafitadas e inscrições do tipo "tudo posso com meu Deus".

Cerca de 30 mil pessoas circularam pelo Salão Gospel, segundo a organização, que calcula ter movimentado cerca de R\$ 100 milhões. Em três dias de feira, consórcios de imóveis negociaram cotas para igrejas a R\$ 190 mil, agências venderam viagens a Israel (terra sagrada para evangélicos) por US\$ 7.000 a

pessoa, e um cruzeiro gospel (com controle de casais e sem álcool) saiu por R\$ 3.500.

O letreiro do Faceglória, um dos estandes mais disputados, entrou na mira de várias "selfies": uma nuvem envolvendo o nome da "rede social perfeita para você compartilhar o amor e a sabedoria cristão com outras pessoas", como era descrita.

Feito a imagem e semelhança do Facebook (que já encrencou judicialmente com esse nome), o Faceglória juntou 190 mil membros desde a inauguração, em junho, junto com a Marcha para Jesus.

Com menos recursos e design mais capenga, trocou o botão da aprovação: em vez de "curtir", lá é "amém".

Acir Filló, o criador, diz que sua criatura é uma alternativa a "outras redes excessivamente abertas", repletas de "pornografia, violência e dois homens se beijando". Assim como o aplicativo iFé, o serviço tem filtros contra o que considerada "inapropriado".

"Ninguém é obrigado a conviver com isso", diz Filló. Para curtir, é só dar "amém".