

JOÊZER DE SOUZA MENDONÇA

**O GOSPEL É POP:
MÚSICA E RELIGIÃO NA CULTURA PÓS-MODERNA**

**Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho”
Instituto de Artes**

**São Paulo
2009**

Joêzer de Souza Mendonça

**O GOSPEL É POP:
MÚSICA E RELIGIÃO NA CULTURA PÓS-MODERNA**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Música do Instituto de Artes da Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho” – Campus São Paulo, como requisito para obtenção do título de Mestre em Música (Área de conhecimento: Música. Código CAPES: 8.03.03.00-5)

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Dorotéia Machado Kerr

Ficha catalográfica preparada pelo Serviço de Biblioteca e Documentação do Instituto de Artes da UNESP

Mendonça, Joêzer de Souza, 1971-

M539g O gospel é pop: música e religião na cultura pós - moderna / Joêzer de Souza Mendonça. - São Paulo : [s.n.], 2009.

196 f.

Bibliografia

Orientador: Prof^a. Dr^a. Dorotéia Machado Kerr
Dissertação (Mestrado em Música) – Universidade Estadual Paulista, Instituto de Artes.

1. Música popular. 2. Música – Religião. 3. Música gospel.
I. Kerr, Dorotéia Machado. II. Universidade Estadual Paulista, Instituto de Artes. III. Título

CDD – 781.7

**São Paulo
2009**

Joêzer de Souza Mendonça

**O GOSPEL É POP:
MÚSICA E RELIGIÃO NA CULTURA PÓS-MODERNA**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Música do Instituto de Artes da Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho” – Campus São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Música. Área de concentração: Musicologia/Etnomusicologia

São Paulo, de de 2009.

Banca Examinadora:

Prof^a Dr^a Dorotéia Machado Kerr
Universidade Estadual Paulista - UNESP

Prof. Dr. Alberto Tsuyoshi Ikeda
Universidade Estadual Paulista – UNESP

Prof. Dr. Leonildo Silveira Campos
Universidade Metodista de São Paulo - UMESP

Agradecimentos

À minha mãe, Lindalva, pela iniciação infantil nas letras e pelo suporte adulto no momento da escrita dessa pesquisa.

À minha esposa, Silvia, pelo afeto paciente, pela espera amorável e pela insistência imprescindível.

À Prof^a Dorotéia Kerr, orientadora que elevou meu nível de exigência e estimulou a formulação adequada do pensamento.

Ao meu pai, João, por apresentar-me ao mundo da música.

Ao meu irmão, Julison, e sua esposa, Ellen, pelo providencial “quarto do profeta” durante o ano das minhas aulas presenciais em São Paulo.

Ao Rodrigo e ao mano Raulison, por escutarem pacientemente enquanto eu discorria sobre a pesquisa como se não houvesse amanhã. À minha irmã, Kelly Yara, pelas formatações, quebras de páginas, impressões.

Aos professores Alberto Ikeda (UNESP) e Leonildo Campos (UMESP), por apontarem rumos coerentes e necessários para essa pesquisa no exame de qualificação.

Aos pesquisadores que chegaram antes de mim e divulgaram seus labores em teses e livros indispensáveis.

Ao amigo Márcio Almeida, por caronas e conversas semióticas e pelo trabalho conjunto nas aulas.

À Deus, sempre.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Anúncio de camisetas Belttty	58
Figura 2 – Produtos Aroma Gospel	58
Figura 3 – Edir Macedo em evento da Record News	65
Figura 4 – Louvorzão FM 93	68
Figura 5 – Capa CD do grupo PraGod	72
Figura 6 – DJ Alpiste	72
Figura 7 – Soraya Moraes no Grammy Latino 2008	87
Figura 8 – Aline Barros em propaganda da Triton	90

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Dados percentuais de religiosos no Brasil	50
Tabela 2 – Perfil do segmento comercial <i>gospel</i>	59
Tabela 3 – Interações de religião, cultura pós-moderna e música <i>gospel</i>	74

RESUMO

A música *gospel* faz parte das novas atitudes e condutas evangélicas geradas na esfera das mudanças culturais e religiosas que marcam a pós-modernidade. No estudo da música cristã contemporânea no Brasil, esta dissertação tem o objetivo de descrever as performances e canções dos cantores *gospel* e sua interação com os modelos da canção *pop* das mídias, e de verificar como a cosmovisão religiosa tem estruturado a expansão do neopentecostalismo e do mercado musical evangélico. As teorias do pós-moderno que observam a dinâmica das relações entre religião e cultura fundamentaram a análise do campo evangélico e a área de conhecimento dos estudos culturais auxiliou na compreensão dos processos de apropriação religiosa do repertório *pop* das mídias.

Palavras-chave: canção *gospel*; mídia; música *pop*; neopentecostalismo; pós-modernidade

ABSTRACT

Gospel music is part of the new attitudes and dealings born in the sphere of cultural and religious changes that mark postmodernity. At researching Brazilian contemporary Christian music, we analyze the gospel performers and songs and their interaction with models of mass media pop song, and we also study how religious worldview has been structuring the expansion of New Pentecostalism and its musical business. The theories about postmodernity that comprehend the relations between religion and culture have based our analysis on evangelicalism. The Cultural Studies helped us to understand the religion appropriation processes of media's pop repertoire.

Keywords: gospel song; media; pop music; New Pentecostalism; postmodernity

SUMÁRIO

Introdução	1
Capítulo 1	
RELIGIÃO E CULTURA PÓS-MODERNA	17
1.1 Teorias do pós-moderno	18
1.2 Descentralização institucional e autonomia do sujeito	23
1.3 O sagrado, a cultura do consumo e a sociedade do espetáculo	28
1.4 Cultura e música na pós-modernidade	35
1.5 Religião e religiosidade pós-modernas	41
Capítulo 2	
NEOPENTECOSTALISMO: MÍDIAS E MÚSICAS	47
2.1 Configuração do campo neopentecostal	48
2.2 Relativização da noção de santidade	53
2.3 Sacralização do consumo	55
2.4 Retomada de práticas mágico-religiosas	60
2.5 Miatização da religião	62
2.6 Renovação litúrgico-musical	69
Capítulo 3	
MÚSICA POP E CANÇÃO GOSPEL	76
3.1 <i>Gospel</i> : origens e dinâmicas	77
3.2 <i>Pop</i> : ideias e conceitos	84
3.3 A pentecostalização do <i>pop</i>	86
3.4 O <i>gospel</i> entre músicas e marcas	97
3.5 Aline Barros e a canção pop-religiosa	100
Capítulo 4	
MÚSICA PARA DIVERSÃO E SALVAÇÃO	129
4.1 O entretenimento santificado	130
4.2 O <i>funk</i> , o <i>axé</i> e o <i>rap</i> na consagração da juventude	139
4.3 <i>Gospel</i> nacional: discursos pré-modernos, modernos e pós-modernos	161
Considerações Finais	165
Referências Bibliográficas	174
Anexo A	182
Anexo B (produções de Aline Barros).....	186

INTRODUÇÃO

O *gospel* tem se tornado um dos fenômenos culturais mais significativos do início do século XXI. Disseminado como um estilo musical no começo do século passado, o *gospel* tem transposto não apenas as fronteiras de origem norte-americana como também tem sido devidamente globalizado pelo cristianismo contemporâneo, tornando-se marca de uma nova cultura evangélica.

O universo do *gospel* não consiste apenas de músicas e letras que abordam temas religiosos cantados por músicos cristãos em estádios brasileiros ou em praças quenianas, em igrejas em São Luís ou em templos em Saint Louis. Nos primeiros anos do novo século, o *gospel* revela-se a estrutura da tecnologia e do mercado evangélicos que se desenvolveram em seu entorno e, sobretudo, faz parte das novas atitudes e condutas cristãs geradas a partir das transformações religiosas e culturais experimentadas na dinâmica da pós-modernidade.

Das igrejas pentecostais norte-americanas, com seus tradicionais corais e quartetos, passando pelo sucesso radiofônico nas vozes de Mahalia Jackson e Elvis Presley, o *gospel* chegou ao final do século XX como parte fundamental de uma indústria que se consolidava também em outros países. Nos Estados Unidos, há uma grande indústria fonográfica que gera impressionantes cifras financeiras capitaneadas por artistas como Michael W. Smith, Amy Grant, Third Day e Kirk Franklin, o que levou à criação de uma seção específica denominada *Contemporary Christian Music* (Música Cristã Contemporânea).

No Brasil, a música *gospel*, de nomes como os de Aline Barros, Kleber Lucas, Oficina G3 e Cassiane, também tem empregado quase todos os gêneros da moderna canção popular, enquanto o mercado musical evangélico nacional apresenta números de crescimento exponencial.

Os artistas e empresários do mercado fonográfico evangélico, acompanhando a tendência de divisão de espaço midiático dos estilos musicais globalizados com as culturas musicais nacionais, passam a introduzir novas práticas litúrgico-musicais, que englobam o *pop/rock* e o baião, o *hip-hop* e o sertanejo, o *funk* e a *axé-music*. Os artistas *gospel* de grande público chamam a atenção das *majors* – as grandes gravadoras da música *pop* –, o que tem levado a canção evangélica até programas de TV seculares, como especiais de Natal, programas de auditório e telenovelas.

Entretanto, não se pode apontar, com o risco de falta de acuidade, que o *gospel* contemporâneo é menos “autêntico” ou “sacro” que o *gospel* tradicional ou que a lógica do

mercado obstrui as expectativas espirituais do público evangélico. Há que se ressaltar que a funcionalidade da canção *gospel* está estritamente ligada às necessidades de uma comunidade, a qual determina a funcionalidade dessa canção de acordo com certos usos e necessidades religiosas que não se modificaram substancialmente com o passar dos anos. As canções *gospel* de teor sentimental podem levar os fiéis a emocionar-se porque os fazem rememorar experiências individuais de conversão e comunhão ou, ainda, porque a conjugação de melodia e letra dessas músicas leva aquelas pessoas a vivenciar um sentido de esperança e segurança nos atos divinos. Há, também, canções alegres e dançantes, que são usadas para criar um ambiente festivo e informal por meio de estilos musicais e performances que estimulam a expressão corporal mais livre.¹

Desde as últimas décadas do século XX, o cenário do cristianismo no Brasil tem sido marcado pela expansão do pentecostalismo. A pesquisa Datafolha sobre a religião dos brasileiros revela que, de 1996 a 2007, houve um declínio de católicos declarados de 74% para 64%, um aumento de evangélicos não-pentecostais de 4% para 5%, e um crescimento de evangélicos pentecostais de 11% para 17%.²

Com origem nos Estados Unidos, mais propriamente, em 1906, o culto pentecostal apresenta alguns sinais distintivos, como a ênfase na cura e a valorização do dom de línguas como sinal do batismo do Espírito Santo. Por sua vez, o neopentecostalismo, além de minimizar esses aspectos teológicos do pentecostalismo, manifesta o reprocessamento de práticas mágico-religiosas identificadas com culturas pré-modernas e, ao mesmo tempo, demonstra uma significativa interação com os meios de comunicação mais modernos.³

Tais características reforçam a caracterização do neopentecostalismo como uma religião pós-moderna de matriz cristã, considerando seu posicionamento mágico-religioso de afastamento do chamado cristianismo da Reforma,⁴ sua aproximação entre religião e espetáculo e a maior autonomia de seus adeptos em relação aos dogmas institucionalizados.

¹ Nesse caso, pode-se falar de estilos de reconhecida capacidade animogênica – *animogenia*, segundo Gil Nuno Vaz, é a “capacidade que a canção [...] possui de desencadear reações físico-psíquicas” (2007, p. 31). Para o autor, a animogenia suscita valores dinamogênicos (rítmico-físicos), enquanto a logogenia estimula o envolvimento mental e emocional (idem, p. 38).

² Especial Religião. *Folha de S. Paulo*. 6 abr. 2007. Uma análise dos dados religiosos presentes nas pesquisas nacionais pode ser conferida no artigo de Marcelo Ayres Camurça (2006) e também em Leonildo Campos (2008).

³ A glossolalia pentecostal, ou o falar em línguas desconhecidas, é uma linguagem incompreensível identificada como uma expressão do inconsciente e vista como um dom a ser aprendido (cf. DORNELES, 2008, p. 126-128).

⁴ O cristianismo da Reforma “se esforçou por abolir todos os cerimoniais mágicos presentes no cristianismo medieval” que ora aparecem nos rituais de “encosto” e “descarrego” transmitidos pela TV (MENDONÇA, 2006, p. 99).

Na reconfiguração religiosa promovida no cristianismo, a canção *gospel* tem desempenhado um papel fundamental, em que o protestantismo e o catolicismo tradicionais perdem espaço para as denominações cristãs agregadas sob o signo do neopentecostalismo. Os sinais da pós-modernidade, percebidos nas mais distintas áreas da sociedade, também se revelam no campo religioso, mais precisamente na moderna canção religiosa, a canção *gospel*, a qual, se ainda permanece como grande divulgadora da mensagem religiosa tradicional, também expressa uma integração cada vez maior não somente aos estilos musicais populares mais atuais como também aos modelos de performance vocal e visual e às estratégias de *marketing* consolidadas pela indústria da música popular.

Mídia impressa, internet, programas de rádio e TV, enfim, os veículos de comunicação de uma forma geral, têm sido utilizados pelos evangélicos para a divulgação da música *gospel*. Um olhar mais atento pode perceber que a integração dos músicos cristãos na modernidade, em especial, dos músicos neopentecostais, tem sido marcada pela adoção de gêneros musicais de sucesso popular, como o *funk*, o *reggae*, o forró, o pagode. Esses estilos são introduzidos pela renovação musical cristã, que se sustenta tanto na sacralização de gêneros musicais nacionais quanto nas tendências musicais populares de massa, estrangeiras ou não, em um processo que acompanha a globalização, a diversidade e o pluralismo da sociedade pós-moderna.

Essa pesquisa originou-se de observações sobre o renovado campo da música cristã, um campo que vem se tornando paulatinamente objeto de interesse acadêmico, ainda que a música não seja o foco principal desse interesse, mas sim, seu entorno mercadológico e sua repercussão nos modelos de cultos protestantes ou pentecostais. Os analistas que buscaram examinar o mercado fonográfico *gospel*, ou as recentes atividades musicais evangélicas, delimitaram seu enfoque nas letras das canções como um importante referente das mudanças estilísticas ou das características da teologia *gospel*. Portanto, devido à formação acadêmica e, também, aos objetivos e metodologia particulares, esses pesquisadores não se detiveram na análise dos estilos musicais ou dos modelos cancionais.

Nessa dissertação, realiza-se uma avaliação da interação da canção *gospel* com a cultura pós-moderna e a canção *pop* das mídias, pois o objetivo desse estudo consiste em verificar se a cosmovisão religiosa e a cultura pós-moderna atuam como fatores determinantes na conformação de música e letra das produções *gospel*, em descrever a estética multivariada do repertório *gospel* nacional e em estudar a apropriação dos estilos musicais *pop* pelos compositores e cantores neopentecostais.

Como mencionado, boa parte dos trabalhos acadêmicos que visam o estudo da música *gospel* se mantém em seu entorno comunicacional e/ou em seus aspectos sociológicos. Essa tendência conduziu o foco dessa pesquisa em direção a uma fundamentação inicial nesses trabalhos com o intuito de investigar a similaridade entre o estilo musical *gospel* e os gêneros musicais populares das mídias. Segundo Magali Cunha, o *gospel* é um fenômeno cultural e religioso do mercado no qual é possível verificar “um processo de sacralização de elementos profanos” e um empréstimo ao consumo e ao entretenimento de um “*status* de expressão da fé” mediados pelos canais de comunicação eletrônica (2004, p. 240). Nesse processo de recontextualização da noção tradicional de sagrado e profano e de midiaticização dos elementos da fé religiosa situa-se a indústria da canção *gospel* e suas propostas de reformulação litúrgico-musical.

Dessa forma, a análise das questões do novo mercado evangélico e do desenvolvimento da mídia neopentecostal é extremamente relevante na orientação inicial das pesquisas sobre o campo do neopentecostalismo. Porém, para a análise cancional, os conteúdos daquela primeira análise devem somar-se ao exame das letras e melodias das canções religiosas a fim de verificar como a teologia neopentecostal se descobre em seus modelos de elaboração musical. Assim, esse trabalho justifica-se pela sua proposta de analisar conjugadamente as letras e estilos das canções da cultura *gospel* e sua aproximação em relação às formas cancionais e aos padrões de promoção artística da indústria fonográfica secular.

No processo de análise do material fonográfico coletado (CDs e DVDs), fez-se notória a integração do moderno estilo *gospel* aos padrões da indústria da música popular nos aspectos da produção musical e do *marketing* promocional, o que pode ser observado nas performances do intérprete evangélico, em seu *look* pessoal (visual do artista), nos modelos de divulgação de artistas e músicas, nas letras das canções e nos gêneros musicais empregados.

Os músicos da indústria *gospel* parecem realizar grande parte de suas atividades como integrantes do universo *pop*, conferindo nova roupagem a uma música *gospel* progressivamente influenciada pelos modelos musicais da mídia *pop*. A audição de CDs permitiu uma análise detalhada dessas formas de composição e arranjo dos músicos do *gospel* contemporâneo e, ainda, um estudo mais minucioso da integração letra-música de uma canção. O suporte audiovisual do DVD possibilitou a observação da postura do intérprete no palco, sua performance vocal e gestual, sua aparência pessoal e, além disso, propiciou a observação da postura do público durante os *shows*. Os *sites* oficiais de cantores, bandas e gravadoras não podem hoje ser desprezados, pois é o espaço onde os artistas falam de sua

história, de seus propósitos e de suas apresentações e onde as gravadoras comercializam seus produtos musicais, revelando, assim, seus métodos de publicidade. Por fim, revistas especializadas, como *Show Gospel*, *Up!Gospel*, *O Levita*, entre outras, trazem entrevistas, propaganda e orientações religiosas e comerciais a respeito da produção da indústria fonográfica *gospel* no Brasil.

O expressivo crescimento do mercado de música *gospel* não é exclusividade brasileira. Os Estados Unidos, além de lugar de origem do *gospel*, representam o mais lucrativo mercado de um gênero que cada vez mais interessa como objeto de estudos de teólogos, antropólogos, sociólogos e musicólogos.⁵ O neopentecostalismo e suas formas litúrgico-musicais tem progressivamente alcançado os países da África, de acordo com os estudos de Damaris Parsitau (2007), Ezra Chitando (2002) e Paul Gifford (1999) sobre o impacto do *gospel* no Quênia, no Zimbábue e em Uganda, respectivamente.⁶ Assim, essa dissertação também encontra relevância ao inserir a cultura musical protestante brasileira nos estudos musicológicos, considerando, principalmente, o fenômeno da expansão do mercado musical *gospel* no Brasil e suas formas composicionais de letra e música.

Com o objetivo de majorar a esfera de abordagem acadêmica da música *gospel*, esse trabalho busca referências nos campos da sociologia da cultura, dos estudos das mídias, da etnomusicologia, da sociologia da religião e das pesquisas que tratam da convergência entre música e religião. As análises da cultura das mídias muito podem revelar sobre as estratégias culturais da pós-modernidade, bem como os estudos que examinam os fatores de mudanças e as conseqüências sociais promovidas no domínio da cultura pós-moderna globalizada, o que, seguramente, atende aos intentos dessa dissertação quanto às aproximações entre a cultura *pop* e a cultura *gospel*. Os estudos mais recentes de Fredric Jameson (1997, 2006), Mike Featherstone (1995, 1997), Steven Connor (2000) e Renato Ortiz (2006) na área da sociologia da cultura moderna podem ser relacionados aos trabalhos de Douglas Kellner (2001), Magali Cunha (2004), Simon Frith (1998; 2007) e Heloísa Valente (2003) no campo de estudo das mídias, sendo que os dois últimos pesquisadores demonstram maior interesse na canção popular ou *pop*.

Segundo o etnomusicólogo Bruno Nettl, uma importante atribuição da música na sociedade seria controlar e mediar o relacionamento do ser humano com a divindade ou o

⁵ Consultas a sites como www.questia.com, www.portaldapesquisa.com.br, ou aos arquivos de periódicos como *Black Music Research Journal* e *Journal of Religion and Popular Culture*, revelam o crescente interesse acadêmico no fenômeno *gospel*. Também é significativo que periódicos acadêmicos nacionais e latino-americanos ainda apresentem poucos trabalhos nessa linha de pesquisa.

⁶ A pesquisa de Paul Gifford (op. cit) disserta sobre o cristianismo em outros países africanos além de Uganda.

sobrenatural (1983, p. 145-148). Nettl escreve ainda que a questão fundamental em etnomusicologia seria a procura pelos determinantes do caráter estilístico da música de uma sociedade (idem, p. 146). Em que pese a repercussão do campo antropológico sobre a etnomusicologia, as considerações de Nettl podem sugerir aos pesquisadores que o estudo do contexto religioso-filosófico de dada sociedade também auxilia na busca pelos determinantes do estilo musical de um grupo religioso. Essa perspectiva de estudo tem incluído não apenas as análises do sentido social da música (como os trabalhos de Christopher Ballantine e Ivo Supicic), mas também o papel da religião na dinâmica da prática musical está merecendo maior atenção.⁷ Nessa questão, os estudos de Leonildo Campos (1997), Ricardo Mariano (1999) e Jacqueline Dolghie (2007) no campo da sociologia da religião são bastante úteis, principalmente porque abrangem o protestantismo e o pentecostalismo, uma vez que esses pesquisadores avaliam os referentes e as idéias centrais e periféricas do âmbito religioso no Brasil.

Considerando uma convergência entre as diversas perspectivas de estudo, o propósito dessa ação interdisciplinar é reunir uma ampla base teórica que contribua para a compreensão do desenvolvimento da música *gospel* nas comunidades cristãs. Dessa forma, essa dissertação divide-se em quatro capítulos a fim de melhor delinear seu propósito de entendimento religioso, musical e sociológico.

A pós-modernidade sinaliza um processo de fragmentação cultural e um colapso das hierarquias simbólicas observado na “mudança em uma esfera cultural mais ampla ao envolver modos de produção, consumo e circulação de bens simbólicos” (FEATHERSTONE, 1995, p. 29-30). Embora os termos “pós-modernismo” e “pós-modernidade” tenham enfrentado um desgaste conceitual, estes são ainda relevantes na indicação de traços definidores da sociedade contemporânea.

Entre esses traços está a perda de credibilidade da universalidade das narrativas mestras, ou metanarrativas, entre elas, a noção de progresso iluminista e a noção de redenção cristã (ANDERSON, 1999, p. 39). Entretanto, a suposta crise de autoridade da religião não implica o desaparecimento do cristianismo, “mas sim o declínio de sua centralidade enquanto forma e instrumento hegemônico de organização social” (ORTIZ, 2006, p. 128).

Outra característica que marca a pós-modernidade é a substituição da ênfase na totalidade e na unidade pelo primado do conhecimento local, do sincretismo e da diversidade

⁷ Cf. a bibliografia específica de Ismail Al Faruqi e Lois Al Faruqi; Daniélou, A. *Ethical and Spiritual Values in Music* (1980); McAllester, D. *Music as Ecumenical Force* (1980); Opper, J. *The Cosmological Basis of Western Culture, 1600-1900* (1970).

(FEATHERSTONE, 1997, p. 69). As hierarquias simbólicas que prescreviam juízos de valor foram dissolvidas, em maior ou menor grau, tornando-se inegável a presença de um discurso de valorização da diferenciação multicultural e das identidades culturais locais.

Um terceiro traço da cultura pós-moderna revela-se na expansão e na mundialização da cultura do consumo e do entretenimento, na qual as mídias desempenham papel ativo. Segundo Jameson, o pós-modernismo surge como uma dominante cultural em uma sociedade com níveis de consumo e penetração dos meios de comunicação em um grau sem precedentes (in KAPLAN, 1993, p. 47).

Desse modo, com o auxílio dos estudos sobre a cultura pós-moderna de Fredric Jameson e Mike Featherstone, no primeiro capítulo dessa pesquisa serão verificadas as significativas interações do cenário cristão-evangélico com a cultura pós-moderna, como a crise dos relatos universalizantes e o predomínio da diversidade cultural que impactam as relações do indivíduo com o sagrado, tendo como consequência a diminuição da influência das religiões oficiais, e como a autonomia conquistada pelo indivíduo diante da hierarquia religiosa, o que favorece a escolha de opções marcadas pela aceitação de parte dos dogmas de uma religião institucionalizada e a rejeição de outra parte.

A ênfase no estímulo das emoções também é relacionada ao contexto da pós-modernidade por Michel Maffesoli (1987), que nota uma maior evidência contemporânea na emocionalidade e no cultivo de experiências sensoriais, as quais incentivariam um reavivamento de práticas místicas pré-modernas. Nesse contexto, a proposta da renovação da prática litúrgico-musical do cristianismo valoriza a exteriorização das emoções em detrimento do conteúdo doutrinário da fé, visto que tal renovação encontra-se na característica neopentecostal de busca da transcendência extática e emocional: “é que na adoração tudo é válido: lágrimas, suspiros, gritos, cânticos e até o riso” (CORNWALL, 1995, p. 101).

Considerar a música como experiência, é analisar não somente sua estética, mas sua ética. Para Denilson Lopes, essa compreensão de ética tem a ver com “modos de conduta” e também com o questionar “em que medida a música é capaz de construir categorias que deem uma resposta ética e estética diante do excesso de informações, de rapidez do nosso mundo” (2003, p. 89).

No segundo capítulo, em que são empregados os estudos culturais e a Sociologia da Religião como referenciais teóricos, procura-se entender a canção *gospel* contemporânea a partir das características da cosmovisão filosófico-religiosa do neopentecostalismo orientadas pela dinâmica da pós-modernidade. O aspecto central do livro do teólogo Wolfgang Stefani, *Música Sacra, Cultura e Adoração* (2006), é o estudo da relação entre cosmovisão e os

determinantes do estilo de música sacra do contexto cristão ocidental. O autor correlaciona várias pesquisas de historiadores e teólogos e perfaz uma associação com os estudos de teóricos da música e da estética. Assim, no tocante à cosmovisão, diversos estudiosos afirmam que esta é “um conjunto de pressuposições... que são feitas sobre a constituição básica do mundo”, e que essa conjugação de pressuposições, ou crenças fundamentais, desempenha um papel decisivo no pensamento e nas atividades dos seres humanos, ou ainda, que “uma cosmovisão é uma interpretação do mundo” (STEFANI, 2006, p. 40-42).

A interação entre estilo e cosmovisão é defendida por Leonard B. Meyer, que considera que

o estilo é uma réplica do modelo, seja no comportamento humano ou nos artefatos produzidos por este, que resulta de uma série de escolhas feitas dentro de um campo de delimitações [...] aprendidas e adotadas como parte das circunstâncias histórico-culturais individuais ou coletivas (Meyer, 1987, p. 21).

O estilo seria, assim, “condicionado por fatores históricos, sociais e geográficos, representando recursos e convenções”.⁸ Stefani aponta que a atividade criadora estilística do ser humano é definida pelo próprio pensamento humano e condicionada pelas limitações humanas (2006, p. 43-44).

A perspectiva de conectividade entre estilo musical e cosmovisão religiosa, portanto, é relevante para o momento de análise das canções neopentecostais, posto que se pretende averiguar se tais canções evidenciam os sinais distintivos da visão de mundo de uma religião pós-moderna de raiz cristã, como o neopentecostalismo.

O crescimento do pentecostalismo tem sido observado como fator preponderante na substituição dos métodos tradicionais de evangelização por meios modernos e tecnicamente eficazes de divulgação do evangelho. Em contraste com o culto do protestantismo histórico, identificado com a rigidez e a solenidade, o culto pentecostal caracteriza-se pela informalidade e pela liberdade às expressões emotivas, propiciando catarse individual e coletiva. Estas considerações estão referenciadas no estudo de Vanderlei Dorneles (2008) em que o autor distingue o êxtase pentecostal como vetor de interação entre a pós-modernidade e o culto primitivo. Ressalte-se, também, a bibliografia que fundamenta a pesquisa de Dorneles e que serve de apoio a esta dissertação.

De acordo com Leonildo Campos, o pentecostalismo tem manifestado na sua liturgia uma grande proximidade entre religião e espetáculo, com pouca distinção “entre culto e

⁸ Cf. *Grove Music Online*, verbete “Style”. Disponível em <oxformusiconline.com>. Acesso em 16 out. 2008.

teatro, espetáculo de auditório e manifestação sagrada, [...]” (1997, p. 68-69). O caráter espetacular da religião, particularmente o neopentecostalismo com seus rituais de cura e exorcismo, tem sido exacerbado pela cultura midiática do espetáculo. A forte presença evangélica pentecostal no rádio e na TV tem contribuído para uma crescente “espetacularização da fé”, o que, por um lado, relativiza, ou renova, a noção do sagrado para as gerações contemporâneas e, por outro lado, parece diminuir ou vulgarizar a aura tradicional do sagrado cristão.

Telepastores, teleapresentadores, telespectadores: a midiaticização da religião apresenta uma reconfiguração das relações sociais no campo religioso, em que se nota a preponderância de pastores/bispos/apóstolos carismáticos da pregação midiaticizada, a transformação de pastores em “âncoras” de programas de entrevistas e debates da TV e o surgimento de artistas-apresentadores de clipes musicais ou de programas de apelo jovem ou infantil – homens e mulheres que se dirigem ao público-alvo do consumo de bens simbólicos da religião.

Outros estudos também contribuem para o entendimento de uma relação entre a cosmovisão religiosa do neopentecostalismo, de menor sujeição às tradições e dogmas, e seu estilo litúrgico-musical, de forte aproximação com a cultura musical popular urbana. Enquanto Leonildo Campos focaliza uma integração do neopentecostalismo às técnicas mercadológicas, Magali Cunha (2004, p. 276) entende que o *gospel* atende às características de relativização do conceito de santidade protestante, o que determinaria a integração das escolhas estéticas do universo *gospel* ao mundo *pop* da música.

Por sua vez, Antônio Gouvêa Mendonça (2006, p. 107), ao levantar algumas hipóteses que explicariam o crescimento das igrejas neopentecostais, a saber, “a atração simbólica de um sagrado mais livre e a característica popular que lhes permite uma melhor inserção no cotidiano”, oferece algumas orientações na busca de compreensão de uma renovação musical cristã cujas propostas estariam permeadas por uma sacralização de gêneros mais populares e seculares.

Após a descrição das características da pós-modernidade, como observadas globalmente nas modificações dos campos social, cultural e religioso, e a contextualização do neopentecostalismo na cultura pós-moderna, o foco de investigação dirige-se para a consolidação da canção *gospel* no Brasil dos primeiros anos do século XXI, não sem antes recapitular, de forma breve, o cenário raiz das práticas litúrgico-musicais dos pentecostais estadunidenses no final do século XIX.

A nova tipologia sacro-musical pentecostal, o *gospel*, tanto em seu país de origem, os Estados Unidos, quanto no Brasil, é o objeto de estudo do terceiro capítulo dessa dissertação. Contudo, enquanto a coleta de material bibliográfico sobre o *gospel* nos Estados Unidos esteja facilitada pela enorme quantidade de publicações existentes, disponível tanto em bibliotecas de universidades públicas e particulares como em diversos *sites* de pesquisa autorizada, a análise historiográfica da canção *gospel* no Brasil é um assunto tocado ainda tangencialmente.⁹

O estudioso da música *gospel* Don Cusic (1990, p. 1) divide a canção *gospel* em duas partes distintas, porém complementares: o *black gospel* e o *white gospel*. Ele prossegue escrevendo que o *black gospel* pode ser de estilo tradicional, como os conhecidos cânticos corais das igrejas pentecostais afro-americanas; ou de estilo contemporâneo, similar à *black music* popular das rádios e TVs. O estilo musical do *black gospel* estaria relacionado ritmicamente à cultura dos escravos negros nos Estados Unidos, mas boa parte de suas melodias e letras teriam influência da tradição de baladas e hinos ingleses (idem, p. 85-86). Por sua vez, o *white gospel* estaria repartido em três categorias: o *southern gospel* das regiões do sul dos Estados Unidos, onde a música *country* tem grande influência; o *inspirational* ou *church music*, destinado ao serviço litúrgico das igrejas; e a música cristã contemporânea (*contemporary christian music*), de canções da cultura popular com letras religiosas (idem, p. 1).

Além de descrever minuciosamente as origens pentecostais do *gospel* e sua inserção na indústria fonográfica, Cusic nota que o estilo *gospel* não recusa as influências do universo da música *pop* (idem, p. 218). Ele também escreve que o *gospel* envolve toda forma musical, do *heavy-metal* ao *light rock*, do *country* ao *jazz*, da *dance music* às canções de adoração (idem, p. 219). Pode-se notar, assim, que a renovação da música evangélica norte-americana encontra um panorama semelhante no universo da música *gospel* produzida no Brasil quanto ao seu vínculo pentecostal e quanto a sua segmentação musical segundo os modelos da indústria da música *pop*.

Quanto às práticas litúrgico-musicais do carismatismo católico no Brasil, recorre-se aos estudos de Brenda Carranza (2005) e André Ricardo de Souza (2005), enquanto a música evangélica pentecostal será mais referenciada a partir das teses de Jacqueline Dolghie (2007)

⁹ As pesquisas realizadas em bibliotecas de universidades públicas e particulares brasileiras (USP, UNESP, UFRJ, UFPR, UFRGS, Universidade Metodista – SP, PUC – PR, PUC – SP) revelam que o tópico “música gospel” é um objeto de estudo cada vez mais considerado em dissertações e teses. Nota-se também que o assunto tem sido menos observado pelos programas de pós-graduação em Musicologia do que pelos programas de mestrado e doutorado em Ciências da Religião, Sociologia da Religião e Comunicação.

e Magali Cunha (2004; 2007), sendo que estas duas pesquisadoras abordam a gênese da canção protestante nacional. Dolghe e Cunha efetuam uma periodização das canções da música sacra evangélica no Brasil, traçando um painel desde a inserção da tipologia musical protestante americana, a qual desconsiderava a música autóctone brasileira, passando pela época dos corinhos e cânticos a partir das décadas de 50 e 60 do século XX, quando os primeiros caracteres dos estilos populares nacionais tiveram lugar nas canções protestantes e pentecostais, e chegam até a música *gospel* brasileira produzida a partir dos anos 1980.

Assim, o gênero musical *gospel*, originariamente um tipo de canção religiosa de movimentos avivalistas norte-americanos do final do século XIX, deixa de pertencer à esfera estritamente musical para designar uma cultura, a cultura *gospel*. Dentre as características da cultura *gospel* no Brasil, como apontadas por Cunha, estão: a inserção do cristianismo na modernidade por meio da sacralização do consumo e da intervenção midiática; a sacralização de gêneros musicais populares brasileiros; e, o emprego de práticas avivalistas pentecostais, como a ênfase na externalização da emoção nas reuniões coletivas (2004, p.276).

A canção *gospel* moderna, elemento primordial das novas práticas litúrgicas ou de “adoração” e “louvor”, tem demonstrado atender não somente às demandas espirituais e emocionais, como também às exigências do mercado. Esse será o objeto de estudo do terceiro capítulo, no qual examina-se a interação entre a canção *gospel* e a canção *pop* das mídias,¹⁰ notando-se uma similaridade entre ambas as formas de elaboração composicional e divulgação comercial.

Entre os modelos estudados que denotam a convergência neopentecostal em relação às estratégias de marketing e competitividade da indústria fonográfica secular está a criação de troféus e prêmios (como o *Dove Awards* – nos Estados Unidos – e o Troféu Talento – no Brasil) concedidos aos “melhores do ano” em diversas categorias *gospel* (revelação, cantor, cantora, álbum de rock, louvor e adoração, infantil etc). De outro lado, as gravadoras e os conglomerados do mercado *pop* abrem espaço para a música *gospel* ao introduzir categorias de prêmios exclusivos para a música evangélica, como o *Grammy Awards*, que tem laureado a música *gospel* desde a edição de 1961.

Embora o acesso às informações sobre os números reais de vendagem de CDs e DVDs de cantores evangélicos e seculares esteja restrito aos órgãos de arrecadação de direitos

¹⁰ A terminologia no plural de *mídia* é justificada por Lúcia Santaella, em *A Cultura das Mídias*: “(...) O que se pretende pôr em relevo são justamente os traços diferenciais e *sui generis*, quase idiossincráticos, de cada mídia individual, para caracterizar a cultura que nasce nos trânsitos, intercâmbios, fricções e misturas entre os diferentes meios de comunicação, produzindo, como conseqüência um movimento constante de culturas, eruditas e populares, assim como nos processos de produção e recepção das culturas de massas” (SANTAELLA, 1996, p. 24).

autorais, à Associação dos Produtores Brasileiros de Discos (APBD) e às gravadoras e produtoras, a divulgação de números acumulados de vendas e a quantidade de discos de ouro e platina dão a dimensão do mercado discográfico evangélico. Sabe-se, porém, que a indústria da música atua em operações de risco financeiro e, apesar do planejamento do circuito de gravação-execução-divulgação de um álbum, ignora-se o futuro de sucesso ou fracasso de uma produção, mesmo que seja de um artista reconhecidamente catalisador de alta lucratividade. Essa situação pode gerar a publicidade de números hiperinflados com o intuito de promover este ou aquele artista, mesmo que tal ação nem sempre possa determinar a aceitação incontestada por parte do público consumidor.

A título de elucidação, vale ressaltar que, em lugar de termos mais conhecidos, como “canção popular” ou “canção pop”, Heloísa Valente emprega o termo “canção das mídias” para tratar da canção nascida “no âmbito de uma sociedade já dominada pelos meios de comunicação de massa (as mídias)”. A canção das mídias seria uma canção composta, executada, difundida e recebida conforme as técnicas audiovisuais em voga e condicionada à esfera político-econômica das gravadoras (2003, p. 61). Dessa forma, a canção *gospel* parece demonstrar grande integração e similaridade com os modelos da canção das mídias por suas características semelhantes no que diz respeito às formas de elaboração cancional, de execução artística, de difusão comercial e midiática e de recepção pública determinadas também (e não apenas) pela hegemonia de um lucrativo mercado fonográfico.

Em pesquisas dessa ordem, vale perguntar pelos músicos da renovação musical cristã e também pelo público, o qual parece ser reclassificado pela indústria *gospel* como, além de fiel, aficionado e consumidor. Essa constatação não afirma que o novo contexto cultural e religioso esteja transformando o fiel em um autômato consumista ou em um fã hipnotizado. É preciso cautela em relação à observação dos modos de recepção diferenciados do público evangélico, a fim de não incorrer em generalizações simplistas e unidimensionais.

Entretanto, é válido examinar os novos critérios e demandas litúrgico-musicais com o intuito de verificar o grau de associação das gravadoras e igrejas neopentecostais com uma cultura midiática em que o entretenimento parece ser o elemento dominante, como denotam a reprodução de modelos *pop* de *marketing* de artistas e a menor atenção concedida aos conteúdos dos estudos teológicos e do conhecimento doutrinário.

Sem irrelevância a repercussão das mídias nas atividades musicais de uma subcultura jovem e nem superestimar a força das operações publicitárias das companhias fonográficas, há autores que assinalam que o significado de uma canção não se encontra somente na sua estrutura sonora.

Nenhuma canção popular de sucesso existe isoladamente; ela está situada em uma complexa rede associações e conexões de vários tipos com elementos musicais (bem como verbais e culturais) de amplas e diversas origens. O significado de um elemento musical particular não repousa tanto no *quê* ela é como no *onde* ela está – seu alocamento particular ao longo de várias linhas de associação e diferenciação (WINKLER, 2000, p. 32).

Se o título dessa dissertação enuncia a equivalência entre *gospel* e *pop*, é porque o campo musical neopentecostal revela-se em plena atuação interativa com o pólo musical *pop* secular, o que ratifica a metodologia analítica fundamentada na recente musicologia que estuda os textos e os contextos da canção popular das mídias.

Segundo Middleton, a “nova musicologia” do *pop* está atenta às necessidades de se configurar novos modelos de análise da harmonia, do timbre, do ritmo e das inflexões sonoras, e de relacionar as texturas e formas a sua função genérica e social (2000, p. 4).

A musicologia desenvolvida no campo acadêmico ainda tem dificuldades com a análise do texto *pop*. O uso de terminologia inadequada, como a tendência de depreciar a linha melódica da canção com termos como *melodia primitiva e repetitiva*, o método de análise centrado na notação, a redução do significado da canção ao efeito de sua estrutura musical, “ignorando aspectos emocionais e corporais”, e a validação unilateral da audição do pesquisador paralela ao “descarte da variação de leituras aurais” são alguns dos entraves do “estilo antigo de musicologia” listados por Richard Middleton (id. *ibid.*).

Há, também, o fator consumo juvenil e recepção midiática, ainda relacionado por diversos pesquisadores ao surgimento de sujeitos passivos cantando e dançando ao som e à sombra de uma onipotente indústria musical.

O notável crescimento do campo neopentecostal no Brasil está ligado aos traços da cultura *gospel* e sua visão teológica, mas também está aliado ao desenvolvimento das mídias evangélicas no país, as quais seriam as grandes fomentadoras de uma “teologia que enfatiza o valor superior do louvor e da adoração no culto” (CUNHA, 2004, p. 117). Como conseqüências desse processo, Magali Cunha cita a modernização tecnológica que acompanha o canto congregacional, a apresentação de danças ou expressões corporais na liturgia, a proeminência das rádios e de outras mídias (programas de clipes musicais, revistas) evangélicas e a divulgação dos artistas *gospel* nos moldes dos artistas da indústria da cultura *pop* (*idem*, p. 117-118).

Essa parte do trabalho encerra-se com a avaliação do aperfeiçoamento da capacidade de comunicabilidade religiosa e sua potencialização do *status* midiático, sendo a trajetória musical de Aline Barros o corolário da síntese entre evangelismo e mídia. No entender de

Carranza, a “fusão da aura midiática com a religiosa” seria capaz de ressignificar as “aspirações do divino, expressas culturalmente, nos fiéis transformados em fãs” (2006, p. 79).

As diversificadas imagens e sons da música cristã brasileira têm na cantora e pastora Aline Barros uma representante significativa. Por causa de seus recordes de vendas e premiações, por ser convidada para eventos pentecostais internacionais, pela sua inserção no mercado evangélico de língua espanhola, por seu trânsito na mídia secular (entrevistas, amizade com celebridades, canção em telenovela), por tais razões, enfim, Aline Barros pode ser considerada como o nome de maior destaque da música *gospel* brasileira.

Suas produções dedicadas ao público infantil e seus álbuns no estilo louvor e adoração mereceram, nessa pesquisa, um olhar mais acurado, haja vista a variação de estilos musicais que apresentam. Seus DVDs também foram observados, posto que revelam a performance vocal e gestual da cantora durante as apresentações.

As inflexões vocais de Aline Barros (e de alguns cantores selecionados, como Ana Paula Valadão, Andréa Fontes, os cantores de *rap gospel*) são estudadas com o propósito de perscrutar o sentido da voz cantada e falada para o público. O domínio do timbre, as súbitas mudanças de altura e a verbalização de palavras de comando – “tire o pé do chão”, “cante comigo”, “receba a benção agora” etc – são elementos da performance que não podem passar despercebidos, assim como os arranjos musicais, que têm papel preponderante na construção da estética final da canção.

As letras são especialmente importantes no estudo da canção evangélica em face das afirmações de cancionistas e cantores de que a mensagem essencial do *gospel* está nos versos das estrofes e refrões; o gênero musical escolhido seria apenas um meio de expressão pessoal e um veículo estratégico de evangelizar diferentes grupos sociais.

As temáticas predominantes da exegese pentecostal estão nas letras das canções *gospel*: a cura, o milagre, a guerra espiritual, a prosperidade e a unção do Espírito Santo. Novos temas têm sido enfatizados, como a castidade pré-conjugal e o santuário hebraico do Velho Testamento. A relação entre as letras e a cosmovisão neopentecostal continuará a ser avaliada no quarto capítulo, no qual aprofunda-se a discussão a respeito das estratégias do evangelismo direcionado às faixas etárias jovens.

Na primeira parte desse capítulo, a organização de eventos como baladas *gospel* e cristotecas será mais detalhada quanto aos estilos musicais predominantes e quanto às atividades programadas habitualmente para essas festas. O surgimento de espaços informais de reunião mais intimista da comunidade cristã também está no centro das descrições das novas atitudes dos evangélicos.

Durante a pesquisa, observou-se que os locais destinados para as festas e baladas são um ponto de atração da juventude e que gêneros musicais como o *funk*, o *rap* e o axé-pop ganham letra religiosa e funcionam como elementos animogênicos nos eventos *gospel* em que a dança é bastante estimulada.

Nesse ponto do trabalho, irá abrir-se espaço para uma breve comparação do movimento neopentecostal com as mudanças promovidas pelo carismatismo católico. Carranza delinea alguns caracteres que os aproximam, posto que ambos “ancoram sua eficácia simbólica nas promessas religiosas” e “parecem compartilhar a mesma necessidade de se firmar institucionalmente perante a sociedade” e perante a própria comunidade religiosa (2005, p. 142).

A aproximação das estratégias de afirmação social e eficácia religiosa também parece gerar uma similaridade nas produções musicais de pentecostais e católicos, o que tem viabilizado o surgimento de megaeventos e de “danceterias cristianizadas” e o aparecimento de estrelas católicas do axé-pop e astros evangélicos do *funk*.

A diversificação dos estilos na canção *gospel* valoriza a identidade musical local, como o pagode, das bandas Tempero do Mundo e Só pra te Abençoar; o forró, das bandas Coração Ardente e Oxente; e axé-music, da banda Tambores Remidos. Há espaço também para os estilos musicais internacionais ou supranacionais, como o pop/rock das bandas Oficina G3, Catedral e Novo Som, além do *rap* do grupo Ao Cubo, o *funk* do grupo Os Arrebatados, e o *reggae* de bandas como Primicia Roots e Raízes do Helói.

No quarto capítulo apresenta-se uma descrição dos gêneros *funk*, axé-pop e *rap*, notadamente nos álbuns e performances de Adriano Gospel Funk, da cantora católica Jake e do grupo de *hip hop* Ao Cubo. O critério de escolha desses artistas guiou-se pelos grupos musicais de maior renome junto ao público, ou seja, os estilos e os nomes de maior sucesso, ou mais representativos, da indústria fonográfica *gospel* entre 2000 e 2007. As informações obtidas em revistas evangélicas e *sites* especializados (*Supergospel*, *Casagospel*, *Gospelmusic Café*) são de grande valia na obtenção de dados que permitam eleger músicos de maior repercussão. Tal escolha segue a linha de abordagem que visa a compreender como os aspectos musicais e extramusicais do *gospel* corroboram uma assimilação das normas de composição, exibição e divulgação das canções *pop* das mídias.

No desenvolvimento de novas práticas litúrgicas, o papel da música *gospel* é fundamental. Não somente porque a música pode facilitar a busca pelo êxtase espiritual ou pelo ambiente litúrgico festivo, mas também por sua apropriação, pela indústria fonográfica

neopentecostal, como recurso de sobrevivência mercadológica e propagação dos conteúdos cristãos na pós-modernidade.

A noção de apropriação será útil para compreender a ação de recontextualização de um dado repertório (como o *pop*) acionada pelos cancionistas *gospel*, que reordenam os símbolos e significados das canções das mídias, as quais passariam a comunicar um sentido e uma função diferentes do contexto de origem.

Embora os defensores da renovação *gospel* apresentem o conceito de apropriação, ou de adequação litúrgico-musical, como um procedimento histórico do cristianismo, um exame mais acurado revelará que as condições sócio-culturais eram diferentes assim como os meios de produção musical eram distintos. Essa questão é levantada em vista da dicotomia que marca a discussão sobre a música cristã contemporânea: o *gospel* pode ser entendido como um agente de continuidade do fator inovação, um fator caro ao dinamismo dessa música, ou o *gospel* marca uma ruptura institucional e adota a inovação como fator de funcionalidade evangelística e atração comercial?

Assim, enquanto nos primeiros capítulos verifica-se como a cosmovisão religiosa condiciona o estilo sacro-musical dos cantores neopentecostais, o terceiro e o quarto capítulos examinam uma conectividade entre a cultura musical *gospel* e a cultura *pop* das mídias, a fim de revelar padrões de similaridade e apropriação nas formas de elaboração poético-melódica das canções *gospel*.

Por fim, é notório que o aporte de áreas de estudo das mídias, da musicologia e da sociologia da religião está longe de esgotar as perspectivas de compreensão da canção *gospel*. Não obstante, essa dissertação se dirige aos leitores interessados na dinâmica da música cristã contemporânea e, em particular, aos pesquisadores da música *gospel* e das culturas protestante e neopentecostal no Brasil, com a pergunta que se acentuou durante a pesquisa: o *gospel* é *pop*?

CAPÍTULO 1

RELIGIÃO E CULTURA PÓS-MODERNA

Música e religião têm mantido um relacionamento que remonta aos cultos das culturas mais antigas. Dos serviços litúrgicos no templo judaico no período antes de Cristo ao canto velado da igreja cristã primitiva, do coral católico gregoriano ao coral luterano da Reforma, da hinologia protestante americana no século XIX às variações *pop* do *gospel* contemporâneo, a música tem sido uma expressão da comunhão e da comunidade cristãs. De acordo com Bruno Nettl, uma das principais funções da música na sociedade seria controlar e mediar o relacionamento do ser humano com a divindade ou o sobrenatural (1983, p. 145-148). No cristianismo moderno, a música também serve como elo de comunicação entre os cristãos e Deus, além de contribuir para a criação de um ambiente apropriado para a expressão de adoração e emoção coletivas. Nos momentos de louvor e adoração das igrejas cristãs são reveladas diversas formas de expressão musical que atenderiam aos padrões culturais e religiosos dos fiéis presentes nos templos e em outros locais reservados para apresentações musicais. É importante dizer que, por mais variados que sejam os estilos de música, sua produção deve expressar um sentido singular para os adoradores presentes.

Essa música é portadora do conteúdo doutrinário específico de uma denominação ao comunicar, por meio de suas letras, aspectos da vida e da teologia cristãs, entretanto, o estilo musical também pode manifestar características representativas da interpretação teológica de um dado grupo religioso. Para Lois Al Faruqi, as idéias religiosas “têm moldado de maneiras sutis o conteúdo, bem como a forma da herança musical de uma cultura” (1975, p. 1). A autora considera que a influência da religião “afeta igualmente a expressão musical que forma um componente da vida institucional religiosa daquela cultura assim como a música de natureza não-religiosa ou secular” (idem, *ibidem*).

Segundo Alan Merriam, os conceitos em relação às fontes de onde se atribui a proveniência da música têm grande importância na formação de um sistema musical. A ação sobrenatural ou a criatividade humana são enfatizadas em diferentes níveis e podem afetar as mudanças no estilo e as formas de elaboração criativa (1964, p. 80). Em que pese a repercussão do campo antropológico sobre os estudos da religião (RIBEIRO, 2007) e sobre a etnomusicologia (HERBERT, 2007), a análise do contexto religioso-filosófico de dada

sociedade também auxilia na busca pelos determinantes ou condicionantes do estilo musical de um grupo religioso.

O neopentecostalismo, uma denominação evangélica que desponta no século XXI como um fenômeno de expansão religiosa, é marcado pela ênfase no emocionalismo de suas práticas litúrgicas e pela adoção eficiente de técnicas mercadológicas na divulgação de sua mensagem. Seus referentes teológicos, que reúnem bases protestantes e pentecostais, além de uma aproximação com práticas mágicas afastadas do cristianismo desde a Reforma, e seu formidável crescimento em todas as classes sociais, têm sido objeto de “interesse especial de antropólogos e sociólogos da religião” (RIBEIRO, 2007, p. 123).

O estudo da canção *gospel*, uma música interpretada por cantores cristãos e que lida com temas cristãos, poderá revelar a cosmovisão religiosa neopentecostal, isto é, a maneira própria dos neopentecostais de interpretar a religião. Essa possibilidade pode ser investigada a partir da interrelação dos campos da sociologia da religião e dos estudos culturais com a análise do contexto teológico-religioso do neopentecostalismo, observados também em trabalhos que perfazem uma convergência entre música e teologia.

Para tanto, a primeira metade dessa dissertação obedece a seguinte divisão: o primeiro capítulo abordará a conceituação de pós-modernidade, procurando fixar as características mais representativas da cultura pós-moderna e sua repercussão nas instituições religiosas, posto que as teorias do pós-moderno ressaltam as implicações do pensamento contemporâneo sobre a noção do sagrado. No segundo capítulo, será analisada a configuração da cultura *gospel*, oriunda das interações da interpretação teológica do neopentecostalismo com a cultura pós-moderna, a fim de atender a um dos objetivos dessa pesquisa que é averiguar como a cosmovisão neopentecostal pode ser determinante para as escolhas estéticas dos compositores do *gospel* brasileiro.

1.1 Teorias do pós-moderno

Apesar do grande número de estudos sobre o fenômeno conhecido como pós-modernismo, ainda não se chegou a um significado consensual para o termo, cuja família léxica inclui também os termos “pós-modernização” e “pós-modernidade”. Sua própria existência enquanto conceito é questionada, e sua validade, enquanto categoria de definição da sociedade contemporânea, está sujeita a uma variação interminável de discussões e abordagens. Assim, o universo social, cultural e econômico que se configurou após a II

Guerra Mundial tem sido também rotulado como “hipermodernidade” (Lipovetsky), “modernidade tardia” ou “reflexiva” (Giddens), “sociedade pós-industrial” (De Masi) ou “sociedade do espetáculo” (Debord).

As origens do termo remontam a 1934, quando Federico de Onís utilizou o termo “pós-modernismo” como descrição de uma reação sem muita importância ao modernismo. Toynbee, em 1947, cunhou o termo “pós-modernidade” para assinalar uma nova etapa na civilização ocidental. Mais tarde, na década de 60, houve um uso artístico do termo para designar um movimento para além do alto modernismo “esgotado”, enquanto na década seguinte o termo foi relacionado às transformações promovidas na arquitetura, nas artes visuais e na música.¹¹

Segundo Perry Anderson, “o pós-modernismo surgiu como um dominante cultural nas sociedades capitalistas de riqueza sem precedentes e com índices bastante elevados de consumo” (1999, p. 139). Dessa forma, a teoria do pós-modernismo chama a atenção para mudanças que vêm ocorrendo na cultura contemporânea. Essas mudanças podem ser compreendidas em termos de:

- 1) modificações nos campos artísticos, intelectuais e acadêmicos;
- 2) mudança na esfera cultural mais ampla, envolvendo novos modos de produção, consumo e circulação de bens simbólicos;
- 3) mudanças nas práticas e experiências cotidianas de diferentes grupos que, em decorrência dos processos mencionados, usam regimes de significação de diferentes maneiras e estar desenvolvendo novos meios de orientação e estruturas de identidade (FEATHERSTONE, 1995, pp. 29-30).

Pergunta-se, nesse ponto: quando e de onde partiram os sinais do declínio da modernidade a fim de que um novo ciclo fosse indicado?

Fredric Jameson aponta um sentimento geral de que, em algum momento do pós-guerra, “um novo tipo de sociedade começou a emergir” (2006, p. 43). Esta sociedade revela alguns traços que marcam uma ruptura radical com a sociedade do pré-guerra, principalmente no que se refere aos novos tipos de consumo: a obsolescência planejada, que interfere no ritmo cada vez mais veloz de mudanças na moda e no estilo; a penetração da propaganda, da

¹¹ Para maior aprofundamento sobre as origens do termo, cf. ANDERSON, Perry. *As origens da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999; GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.

TV e dos meios de comunicação em um nível sem precedentes em toda a sociedade; a substituição da velha tensão entre cidade e campo pela periferia e pela padronização universal.

Jean-François Lyotard, em seu livro pioneiro na discussão do pós-modernismo, *A Condição Pós-Moderna*, assinala um ponto significativo que indicaria um novo ciclo: a perda da credibilidade das metanarrativas, ou as grandes narrativas totalizantes como as noções de redenção cristã e de progresso iluminista. Essa crise dos conceitos absolutos e universais se daria por meio de uma pluralização de argumentos, com a proliferação do paradoxo e do paralogístico, e pela legitimação da eficiência promovida pelo Estado ou pelo capital, que somente validaria as narrativas por um princípio de desempenho (ANDERSON, 1999, pp. 32-33).

De fato, após as grandes guerras mundiais da primeira metade do século XX, houve um desencanto generalizado em relação ao desempenho tecnológico e econômico da ciência, quando esta, a partir do Iluminismo, prometia atender tanto às aspirações de igualitarismo social quanto aos anseios humanistas e espirituais. Porém, nem o Iluminismo nem o Marxismo e nem o Cristianismo teriam resistido solidamente ao ímpeto da pós-modernidade. Para Lyotard, essas grandes narrativas cessaram de “modelar as formas reais da vida social, política, econômica e cultural” (1993, p. 32). Para Yves Boisvert, a invalidação dos metarrelatos ocorre face à diversidade da realidade e o despontar de uma multiplicidade de pequenos relatos, o que constituiria a afirmação de circunstâncias e saberes particulares sobre o relato histórico totalizante (apud HOUTARD, 2003, p. 100). Desse modo, a própria noção de pós-modernismo acaba por cumprir um papel de grande narrativa explicadora do mundo, posto que um olhar atento à sociedade atual parece revelar uma retomada da narrativa universal na forma do fundamentalismo islâmico, do neopentecostalismo terceiro-mundista, da globalização, do triunfo do mercado e dos pequenos relatos.

Um tema caro ao pós-modernismo, segundo Jameson, é a autonomia da cultura. Para o autor, a expansão da cultura é tamanha que, “tudo em nossa vida social – do valor econômico e do poder do Estado às práticas e à própria estrutura da psique – pode ser considerado como cultural” (JAMESON, 1997, p. 74). Contudo, “a reestruturação social do capitalismo tardio como um sistema” seria a causa das mudanças na própria cultura (idem, p. 72). Assim, a expansão da cultura e da mercantilização, ao pervadir as áreas política e econômica, dilui as fronteiras entre esses campos ao fazer do cultural, econômico, ao mesmo tempo em que transforma o econômico em tantas formas de cultura (JAMESON, 2006).

Nesse ponto, Jameson nota uma aculturação da vida cotidiana e social, o que justificaria as descrições apocalípticas de uma sociedade do espetáculo ou da imagem, como sugeridas por Guy Debord (1997) e Jean Baudrillard (1991). Estaria em curso, portanto, uma estetização da vida cotidiana abolindo as fronteiras entre arte e vida. A divulgação infundável de signos e imagens daria impulso a uma cultura do consumo promotora de uma indistinção entre aparência e realidade. De acordo com o pensamento de Jameson, o pseudoesteticismo contemporâneo é uma manobra ideológica e não um recurso criativo:

(...) o que caracteriza a pós-modernidade na área cultural é a supressão de tudo o que havia de exterior à cultura comercial, a sua absorção de todas as formas de arte, altas e baixas, junto com a própria produção de imagens. A imagem é a mercadoria hoje e é por isso que se tornou vão esperar dela uma negação da lógica da produção de mercadorias (2006, p. 216).

Uma das características mais evidentes do pós-modernismo é a fragmentação da cultura e do sujeito contemporâneos. O indivíduo pós-moderno teria seu senso de unidade trocado por um sentido de multiplicidade e diferenciação, o que significaria que o sujeito está deslocado do senso de pertencimento a uma unidade absoluta e relaciona-se com a variedade e a diferença igualmente absolutas. Essa nova realidade produz uma oferta simultânea de opções filosóficas, estéticas, religiosas, culturais e políticas criando um “cenário em que a sincronia toma o lugar da diacronia, a co-presença toma o lugar da sucessão e o presente perpétuo toma o lugar da história” (BAUMAN, 1998, p.127).

Esse cenário, onde o mais importante é o presente, implicaria na constante informação sobre muitos assuntos, em relações efêmeras (LIPOVETSKY, 2005) ou líquidas (BAUMAN, 2005) e na formação de grupos ocasionais (MAFFESOLI, 1987). Tal situação reforçaria a liberdade individual e a busca por independência enquanto marcas da pós-modernidade (BAUMAN, 1998). Essa variedade de opções e reivindicações de direito, aliás, é que proporcionaria a liberdade, de forma a desenvolver uma moral sem sanções, em que haveria “mais escolhas que obrigações” (HOUTARD, 2003, p. 104). Todavia, Mike Featherstone avalia que o efeito do pós-modernismo traduz-se em uma

ruptura do senso de identidade do indivíduo, por meio do bombardeamento de signos e imagens fragmentadas, que corroem todo o senso de continuidade entre o passado, o presente e o futuro, e toda crença teleológica de que a vida é um projeto com um significado. (...) ele [o indivíduo] é incapaz de encadear os significados, precisando, assim, enfocar determinadas experiências ou imagens desconectadas, que proporcionam um senso de intensa imersão e imediatismo, a ponto de excluir todas as preocupações teleológicas mais amplas (FEATHERSTONE, 1997, p. 69).

No cerne da teoria pós-moderna, portanto, está a análise da diluição das fronteiras entre os campos cultural, social e econômico. Algumas análises identificam o obscurecimento dos limites entre essas áreas considerando-as sob impacto de um afastamento do universalismo cultural (Lyotard), de uma lógica do capitalismo tardio (Jameson) e de uma procura por autonomia e liberdade individual (Bauman). Isto permite relacionar as características mais visíveis e propaladas pelas teorias do pós-moderno:

- 1) perda da credibilidade nas metanarrativas, em que o primado do conhecimento local, do sincretismo e da diversidade substitui a ênfase antes proporcionada à totalidade e à unidade;
- 2) diluição das hierarquias simbólicas que contém juízos de valor, o que permitiria a dissolução da dicotomia entre as categorias de cultura (superior/inferior, alta cultura/baixa cultura, erudita-culta/popular-vulgar);
- 3) estetização da vida cotidiana, em que a expansão da cultura de consumo dissolve as fronteiras entre arte e vida, aparência e realidade;
- 4) fragmentação do sujeito vinculada à superexposição de signos e imagens identificadas com a cultura das mídias e à exacerbação do ecletismo cultural;
- 5) crise da consciência histórica revelada na sincronia de tradições e na busca de autonomia individual.

O pós-modernismo pode ser entendido como um modo de compreender a sociedade atual, uma maneira de apreender as transformações visíveis na sociedade contemporânea. Globalmente, o pós-modernismo é abordado como uma perspectiva de julgamento moral das sociedades, sobretudo ocidentais, dos últimos 50 anos, seja este um juízo positivo ou negativo. Fredric Jameson observa este pensamento comum sobre os estudos pós-modernos e acrescenta que as teorias sobre a pós-modernidade também são uma “tentativa genuinamente dialética de se pensar nosso tempo presente na história” (1997, p. 72). Essa apreensão do contemporâneo dar-se-ia na medida em que se recusa o hiato entre experiência e conhecimento, entre os conceitos de “transiência e fixidez” (CONNOR, 2000, p. 11). Por conseguinte, ainda que não haja “postos de observação seguramente afastados”, a interpretação da sociedade na ótica do pós-modernismo caracteriza um momento de presença da autoconsciência na experiência e uma busca de compreensão do homem contemporâneo no momento presente (idem, p. 13).

Para Anderson, “o projeto iluminista da modernidade” enunciava duas vertentes:

uma era a diferenciação pela primeira vez entre ciência, moralidade e arte, não mais fundidas numa religião revelada mas como esferas de valor autônomo, cada uma governada por suas próprias normas: verdade, justiça e beleza. A outra era a soltura desses domínios no fluxo subjetivo da vida cotidiana (1999, p. 45).

Nesta pesquisa, pretende-se analisar as recentes produções culturais e religiosas sem deixar de observar um panorama de notável modificação da própria cultura e da religião em tempos de modernidade tardia. Para tanto, procura-se utilizar os referenciais teóricos do pós-modernismo como uma ferramenta a mais na busca de entendimento do cenário cultural. Contudo, como essas teorias não devem ser estabelecidas como totalizantes para a compreensão da sociedade atual, elas não serão empregadas de maneira unívoca e apaziguadora.

Por isso, vale questionar: o pós-modernismo não é também uma grande narrativa explicadora do mundo, o que poderia contradizer a alardeada crise das metanarrativas? Em que medida a dissolução das categorias culturais (alta e baixa cultura) produz um colapso do juízo de valor estético? Qual o impacto da expansão da cultura de consumo e das mídias sobre a noção do sagrado e do religioso?

No próximo segmento, as características da pós-modernidade serão mais bem delineadas e discutidas em relação à cultura, às mídias e, principalmente, à religião.

1.2 Descentralização institucional e autonomia do sujeito

Para Terry Eagleton, enquanto as teorias pós-modernas negam a possibilidade de descrição do mundo, observa-se que seus teóricos constantemente se vêem agindo de forma oposta (1998, p. 42). Esse argumento é corroborado por Peter Osborne, para quem “a narrativa da morte da metanarrativa é em si mais grandiosa que a maioria das narrativas que ela destinaria ao esquecimento” (1995, p. 157).

Um exemplo dessa aporia intelectual estaria no pensamento que considera que as metanarrativas não resistiram à pós-modernidade, posto que seriam explicações do mundo totalizadoras e globalizantes que já não estruturam a vida moderna nos níveis político, cultural e social.

Como foi observado anteriormente, o cristianismo é um dos grandes relatos que não mais modelariam os modos de ser e viver da sociedade contemporânea, e assim, os metarrelatos religiosos, que apresentam visões teleológicas ou escatológicas do mundo, são rejeitados e os dogmas institucionalizados são dissolvidos. Em *Religion y paradigmas*, Armando Robles traduz o efeito do pensamento pós-moderno sobre a religião:

com a pós-modernidade, caiu o grande discurso, bem como o metadiscurso religioso... Hoje não se admite sequer a aspiração de construir um único e cínico discurso religioso e ético, porque tal aspiração conteria em si, desde o começo, a falência da sua própria validade. Atualmente, todos os discursos, todos os valores, todas as contribuições são parciais, fragmentários... A pós-modernidade se mostra avessa ao religioso como metadiscurso... mas impulsiona o discurso narrativo... em que a intuição atua mais do que a razão (apud HOUTARD, 2003, p. 108).

Nesse ponto, pode-se perguntar: os metarrelatos cessaram de providenciar uma explicação totalizante do mundo? E, a religião, *strictu sensu*, o cristianismo, teria deixado de exercer um papel comunicador de sentido à existência do sujeito moderno?

Em resposta à primeira pergunta, pode-se dizer que, se em algum momento os metarrelatos perderam credibilidade, não está incorreto supor que está em curso uma continuidade da narrativa mundializada na forma do fundamentalismo islâmico, do neopentecostalismo terceiro-mundista, da globalização, do triunfo do mercado e dos pequenos relatos.¹²

Renato Ortiz comenta que “o advento da sociedade industrial não implica o desaparecimento da religião, mas sim o declínio de sua centralidade enquanto forma e instrumento hegemônico de organização social” (2006, p. 128). É certo que o monopólio religioso, centralizador e regulador, ao despontar no século XXI, apresenta-se de forma global, enfraquecido e quase desprovido de autoridade oficial sobre a pauta de discussões contemporâneas. O peso das decisões eclesiásticas, evidentemente, não sobrecarrega mais o cotidiano dos fiéis, como nas épocas do catolicismo medieval ou do puritanismo anglo-saxão, e aparenta ter menor relevância para os líderes nacionais ocidentais, como se descobre no

¹² Os pequenos relatos se apresentam, para Boisvert, como “a vitória das massas contra a cultura aristocrática” (apud HOUTARD, 2002, p. 100). Já Ciro F. Cardoso afirma que o abandono dos “grandes objetos” em favor da “uma história em migalhas” implica a recusa do realismo epistemológico (CARDOSO, 1999, p. 15).

acordo entre Mussolini e o Vaticano no período após a I Guerra Mundial¹³ e no tratamento pouco mais que diplomático concedido ao Vaticano.

Contudo, diante do processo de globalização, a religião tem surgido como indicadora de referentes globais como a ética e a ecologia, questões representativas no cenário mundial. A declaração do Parlamento das Religiões Universais, realizado em Chicago, no ano de 1993, conclui que, diante do estado de crise generalizado que assola o mundo atual e face à complexidade de resolução dos problemas, as religiões universais teriam um papel fundamental na elaboração de um consenso planetário na constituição de uma ordem global relacionada a uma ética global. A ecologia surge também como um importante referente adotado por religiosos.¹⁴ Para estes, a integração homem-natureza ou a ação planetária para salvaguardar a Terra é um paradigma em torno do qual seria possível reorganizar atitudes e condutas em escala global. “Ética e moral, preocupações antigas, são recuperadas em termos mundializados” (idem, p. 146).

A assim chamada “sociedade industrial” é aquela na qual, segundo os pós-modernos, a racionalidade tecnocientífica substitui a religião na interpretação da realidade,¹⁵ posto que o conhecimento, desde os iluministas, é *descoberto* pelo homem, enquanto que, para a Igreja, ele é *revelado* por Deus (DORNELES, 2008, p. 39, *grifos do original*). Em que pesem as tentativas de pensadores e cientistas de isolar a religião da sociedade atual,¹⁶ o que contribuiria para a constituição de um metarrelato humanista-científico totalizante,¹⁷ outros estudiosos ressaltam que o pensamento pós-moderno introduz novos processos de reflexão: “o valor do afeto ante o racional, do pensamento analógico ante o analítico, do parcial ante a totalidade” (HOUTARD, 2003, p. 100), ou segundo o citado Robles, do discurso da intuição em maior atuação que o da razão.

¹³ Segundo Ortiz, “essa complementaridade de interesses” demarca “a exterioridade entre poder religioso e poder secular, garantindo a este último melhores condições para negociar e impor sua autoridade” (2006, p. 133).

¹⁴ Sobre a declaração do Parlamento das Religiões Universais cf. *A global ethic: the declaration of the Parliament of the World Religions*, New York: Continuum, pp. 18-19; sobre religião e ética universal cf. R. Mancini et alii, *Éticas da mundialidade: o nascimento de uma consciência planetária*, S. Paulo: Paulinas, 2000, e também Hans Kung, *Uma ética global para a política e a economia mundiais*, Petrópolis: Ed. Vozes, 1999; sobre religião e ecologia cf. Leonardo Boff, *Ecologia, mundialização e espiritualidade*, S. Paulo: Ática, 1993, e ainda *Porta-voz vaticano: Importantes chamados do Papa pela proteção da criação*. Disponível em <<http://www.zenit.org/article-16211?l=portuguese>>. Acesso em 12 mar. 2008.

¹⁵ Ver HOUTARD, 2003, p. 98.

¹⁶ Livros recentes, como *Deus, um delírio*, de Richard Dawkins, e *Deus não é grande*, de Christopher Hitchens, ambos lançados no Brasil em 2007.

¹⁷ Segundo John Carroll, o legado humanista “tentou substituir Deus pelo homem, colocar o homem no centro do universo, divinizar-lo. Sua intenção era instituir uma ordem humana na terra... uma ordem inteiramente humana” (apud BAUMAN, 1998, p. 193). Ver também FERRY, Luc. *O homem-deus ou o sentido da vida* (Rio de Janeiro: Difel, 2007).

Para Dorneles, a pós-modernidade, ao romper com a tradição racionalista estaria admitindo a sensação e a intuição como modelo de obtenção de conhecimento (2008, p. 50). O autor tem notado que a “busca pelo conhecimento interior ou místico é também a busca pela transcendência, por um conhecimento além da razão” (idem, p. 60). Por sua vez, no livro *Paixões Primitivas*, Marianna Torgovnick (1999) faz uma análise cultural a respeito de certas sensações e emoções humanas que foram reprimidas nas eras Medieval e Moderna e que, no século XX, retomam lugar no Ocidente.

Renato Ortiz observa que a sociedade atual é multiconfessional como consequência da crise do monopólio religioso, o qual estaria sendo fragmentado pela diversidade religiosa, “seja do ponto de vista individual seja do coletivo” (2006, p. 129). A preponderância das identidades religiosas locais contribui para que as instituições de grande porte não exerçam sentido e autoridade sobre os movimentos religiosos que agregam comunidades menores (HOUTARD, 2003, p. 109). As religiões oficiais estariam tendo cada vez menos influência, enquanto as variantes denominacionais dessas religiões, estariam em gradativa expansão, como é o caso, no cristianismo, das igrejas pentecostais e carismáticas (ROUANET, 1996, p. 293).

A enunciada descentralização da religião, se não a atinge [a religião] ontologicamente, ou em sua própria razão de existência na esfera global, por outro lado, propicia um processo de desmoronamento da religiosidade institucionalizada. Em lugar da legitimação oficial das instâncias religiosas dominantes, há uma demanda pelas identidades religiosas locais ou particulares, coletivas ou individuais, que concedem às instituições oficiais uma autoridade não mais total, mas parcial. É o cenário adequado para a manifestação de práticas religiosas reprimidas pela tradição dominante ou, ainda, para o surgimento de modelos renovados de comunhão com o sagrado. Esse processo de diluição da hierarquia religiosa, notadamente por meio da autonomia do adorador e do fortalecimento da pluralidade de crenças, está presente nas modificações que marcam as religiões cristãs na pós-modernidade.

De acordo com as observações de François Houtard, na perspectiva dos estudos pós-modernos, o indivíduo tornou-se “a base da interpretação do real e a fonte do conhecimento” (2003, pp. 103-104). Haveria, portanto, uma igualdade entre as visões de mundo das diferentes culturas bem como entre as diferenças individuais existentes, em que cada indivíduo, com seu saber particular, merece ser validado socialmente. Ocorreria, assim, uma validação da participação social de comunidades subordinadas às classes sociais dominantes, o que estaria proporcionando oportunidades de afirmação de identidades culturais historicamente relegadas à margem das mídias e da cultura oficial. Homi Bhabha “ênfatiza o

lugar da diferença e da alteridade em meio a prevalência de um discurso colonial da uniformidade”, o que estaria do cerne de uma recusa da autoridade “pura e original” e também de uma centralização do indivíduo (apud CUNHA, 2004, p. 50).

Na pós-modernidade, o sujeito busca um espaço de afirmação individual, abandonando as zonas de segurança que outrora lhe permitiam pequena mobilidade social e menor independência pessoal. Zygmunt Bauman considera que “a liberdade individual reina soberana: é o valor pelo qual todos os outros valores vieram a ser avaliados e a referência pela qual a sabedoria acerca das normas e resoluções supraindividuais devem ser medidas” (1998, p. 9-10).

Visto que a tônica pós-moderna recai sobre o indivíduo situado no centro da valorização da pluralidade cultural, no âmbito religioso ocorre não apenas a crise dos tradicionalismos, cada vez mais destituídos de poder de legitimação, como também ao adorador é concedida autonomia de interpretação e pensamento em relação ao sagrado. Entretanto, não se pode falar em autonomia total do leigo na esfera institucional. Segundo Jacqueline Dolghie, “não há qualquer tipo puro na prática: o indivíduo nunca é totalmente autônomo, nem a instituição” (2007, p. 40). De fato, para que determinada organização religiosa garanta sua sobrevivência, faz-se necessária que essa organização atenda às novas demandas sócio-culturais de satisfação pessoal dos leigos, posto que estes encontram maior possibilidade de reação à ideologia da igreja graças à independência individual encontrada na pós-modernidade (idem, p. 38; 48). Por isso, é preferível falar em relativização da autoridade institucional e crescente autonomização do sujeito.

Sobre as mudanças efetuadas na cultura religiosa pós-moderna, Fredric Jameson considera que as histórias da Bíblia parecem não mais fazer sentido para as populações urbanas contemporâneas. Tais narrativas não seriam mais tomadas literalmente, mas figurativa e alegoricamente, e assim são

destituídas de seu conteúdo exótico ou arcaico, cuja linguagem e figuração essencialmente abstratas (ansiedade, culpa, redenção, a “questão do ser”) podem agora, com as “obras abertas do modernismo” estético, ser oferecidas ao público diferenciado de habitantes das cidades do Ocidente para serem recodificadas em termos de suas próprias situações privadas (1997, p. 387).

Essa característica de modificação da apresentação do conteúdo moral ou religioso dos textos antigos não é apanágio das conquistas de autonomia do sujeito ocidental. Wang Gungwu identifica que as qualidades cultivadas pelo confucianismo são “consideradas demasiadamente exigentes pelos jovens e, a menos que sejam reinterpretadas em termos

modernos, re-embaladas numa retórica moderna, dificilmente serão atrativas para as futuras gerações de pessoas educadas”¹⁸ (1997, p. 201).

O indivíduo pós-moderno estaria também em busca de sua dimensão mais profunda, o que o levaria a fazer “experiências de transcendência que ultrapassem este mundo, que superem os limites impostos pela ciência, até chegar a captar o absoluto em si mesmo, o próprio Deus em nós” (TERRIN, 1996, p. 19). Essa localização do transcendente dentro dos indivíduos, com a noção de que a divindade ou o sagrado não são alcançados exclusivamente através das mediações religiosas institucionalizadas, faz parte das transformações culturais e religiosas atuais (CAMPOS, 1997, p. 47). A flexibilização da tradição religiosa, a multiplicidade de interpretações do sagrado e a valorização dos sincretismos favorecem o surgimento de um diálogo entre leigo e organização, dissolvendo a existência de um “monólogo baseado na autoridade de um modo de instrução, com uma desigualdade hierárquica entre os participantes” (FEATHERSTONE, 1995, p. 117).

Dessa forma, é possível verificar significativas mudanças no panorama religioso advindas da reconfiguração social e cultural promovida na pós-modernidade. Entre elas, a crise dos relatos universalizantes e o predomínio da diversidade cultural, que causam impacto nas relações do indivíduo com o sagrado, tendo como consequência a perda da influência das religiões oficiais; e a autonomia conquistada pelo indivíduo, que favorece a escolha de opções marcadas pelo subjetivismo e pela aceitação de parte dos dogmas de uma religião institucionalizada e a rejeição de outra parte. O homem, então, passa a escolher as maneiras de relacionar-se consigo mesmo, com outras pessoas e com seus deuses (LUCKMANN, 1970).

1.3 O sagrado, a cultura do consumo e a sociedade do espetáculo

A origem do pós-modernismo está associada ao surgimento de uma nova cultura de consumo. Daí que alguns estudos buscam relacionar o pós-modernismo à explosão de tecnologias, inclusive como forma de lucro, à nova política das multinacionais, buscando mão-de-obra mais barata no Terceiro Mundo, à especulação do mercado internacional, à ascensão da mídia internacional (ANDERSON, 1999, p. 66). Esses fatores macroeconômicos encerram a nova lógica do capitalismo, que está na base da pós-modernidade cultural.

¹⁸ Wang Wu, “The significance of Confucianism in Chinese culture: past and present”, in Osman Bakar (org.) *Islam and confucianism*. Kuala Lumpur, Center for Civilization Dialogue, University of Malaya, 1997. Tradução e citação em Ortiz (2006, p. 148).

Jameson (1997) considera que o “capitalismo tardio de consumo ou multinacional” contribuiu seguramente para a intensificação da obsolescência planejada dos artefatos de consumo e da velocidade de mudança estilística e também para o poder social de inserção da mídia.

Embora as origens do consumo de massa possam ser traçadas desde o século XVIII, protagonizadas pelas classes médias britânicas, passando pelo fortalecimento do poder de compra das classes trabalhadoras inglesas, francesas e norte-americanas no século XIX, o desenvolvimento da publicidade e das grandes lojas e *shoppings centers* ocorrido após a II Guerra Mundial (1939-1945) propiciou o recrudescimento do estímulo ao entretenimento e ao lazer de massa. Jameson aponta que uma sociedade geralmente descrita como “sociedade pós-industrial, sociedade de consumo, sociedade de mídia” certamente poderia moldar novas modalidades de consumo, tendo em vista:

- a constante mudança estilística por meio de um “ritmo cada vez mais rápido de mudanças na moda e no estilo”;

- e a “penetração da propaganda, da televisão e dos meios de comunicação”, no sentido de democratizar, senão o acesso, mas ao menos a visibilidade de objetos e produtos industrializados (in KAPLAN, 1993, p. 43).

Esses novos tipos de consumo observados na pós-modernidade ocorrem em níveis sem precedentes e em toda a sociedade, o que é descrito por Hobsbawm como “o triunfo universal da sociedade de consumo de massa”, em que as palavras de ordem não seriam mais “as dos livros santos, quanto mais as de escritores seculares, mas marcas comerciais de produtos ou do que se podia comprar” (1997, p. 495). Na busca de definições sobre a cultura de consumo, Featherstone estabelece que a expansão da produção de mercadorias resultou na “proeminência cada vez maior do lazer e das atividades de consumo” nas sociedades contemporâneas, em especial as ocidentais (1997, p. 31).

É possível notar, então, que o binômio consumo-entretenimento é uma faceta significativa da contemporaneidade, permeando todas as camadas sociais, as quais possuem acessibilidade aos mais diversos produtos culturais e graus bem distintos de poder de consumo. O desenvolvimento de novos suportes midiáticos e tecnológicos está também associado ao surgimento de um público novo e diversificado, com exigências sócio-culturais que obrigam o mercado cultural de massa a oferecer produtos culturais específicos.

Da observação dessa conjuntura, pode-se inferir questões como: qual o impacto da cultura de consumo sobre as relações do indivíduo com o sagrado? O forte estímulo ao

entretenimento e ao consumo contribui para a aproximação da religião com as atividades de lazer? Como as questões da fé são reorganizadas dentro da interação entre religião e mercado?

Alain Touraine ressalta que a religião, “como a dança e a pintura”, tem se tornado uma atividade de lazer ao ser “isolada de sua importância” enquanto fomentadora de sentido da existência e da morte humanas (TOURAINÉ, 1970, p. 230-231). As denominações cristãs que estão no escopo da delimitação de estudo desse trabalho demonstram o domínio de outras funções que não a de abastecer seus seguidores com as preocupações escatológicas e metafísicas como as mencionadas por Touraine.

Renato Ortiz observa uma crescente sacralização do mercado global, posto que este se apresenta com “duas qualidades frequentemente associadas à herança religiosa: transcendência e onipresença” (2006, p. 150). O domínio do mercado transcende as fronteiras, submete povos e natureza a sua ação planetária. Sua dimensão de totalidade (ou totalitarismo) estaria correlacionada a sua universalidade. Para Ortiz, essa transcendência “se perpetua no consumo, ele é o ato que a situa”, que busca a inserção do indivíduo. O mercado também é percebido como uma entidade autônoma (a “mão invisível do mercado”), que “reage sensivelmente” com otimismo ou pessimismo, que “compreende” as medidas dos governos.

Não por acaso, o mercado aproxima-se da religião e interage com esta não mais segundo a ética do protestantismo descrita por Max Weber,¹⁹ mas de acordo com a “ética romântica” do espírito do consumismo moderno, que acionaria a fantasia e o imaginário de desejos (CAMPBELL, 2001).

Alguns teólogos, como Harvey Cox, sugerem que, na perspectiva cristã, uma “religião de mercado é claramente uma idolatria – uma falsa religião – mas que ao invés de combatê-la”, os cristãos de hoje são “coniventes com ela, e algumas vezes até mesmo a sacralizam”. Douglas Meek acrescenta que a distinção entre a teologia moderna e a teologia tradicional é “a tendência de se pensar Deus de uma forma que deixem intactas as leis de mercado”, o que significa que “Deus pode apenas ser aquilo que a ideologia moderna do mercado lhe permite ser” (apud ORTIZ, 2006, p. 150).

Diante desses textos, pode-se notar também um paralelo com as alegações de que o consumismo levou ao empobrecimento espiritual e ao egocentrismo hedonista, que estariam no sentido oposto à “ascese, operosidade, prudência e parcimônia pregadas pela religião, em geral, e pela herança puritana, em particular” (FEATHERSTONE, 1997, p. 159). Porém, é preciso investigar se na prática cotidiana dos indivíduos tal concepção de consumismo

¹⁹ Ver o ensaio de Max Weber, *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. Cf também Tawney, R. H. *A religião e o surgimento do capitalismo*. São Paulo: Perspectiva, 1971.

significa unicamente a “satisfação de necessidades fixas”. Featherstone considera que se deve levar em conta o uso prático das crenças em relação às alianças, interesses e disputas entre grupos, além de apontar que as abordagens que tentam explicar o consumismo em termos de uma ética “tendem a depender da concepção de que a sociedade precisa de crenças fundamentais, ou de que os indivíduos atuam por meio de tais crenças” (idem, p. 164).

O capitalismo globalizado tem ocasionado a atenuação das fronteiras nacionais e promovido uma mundialização²⁰ de valores, imagens e símbolos, devido à proeminência do chamado livre mercado. Nessa perspectiva, às diversas manifestações culturais é agregado um valor econômico: a cultura passa a ser mercadoria, um produto reproduzível em larga escala, o que a distanciaria de um suposto valor estético/artístico “original”. Para Jameson, o encontro da economia com a cultura no século XX faz com que tudo se torne cultural, da fabricação de mercadorias à especulação financeira, sendo que, ao mesmo tempo, “a cultura tornou-se profundamente econômica, igualmente orientada para a produção de mercadorias” (2001, p. 73).

Na sociedade global, a dominante cultural é legitimada pelo consumo mundializado, em que uma gama de signos e padrões de cultura, cujo tráfego planetário é engendrado pelos meios de comunicação massivos, são identificados como pertencentes ao imaginário coletivo da humanidade, a ponto de coordenar comportamentos e direcionar atitudes: “o consumo se desvenda, assim, como uma instituição formadora de valores e orientadora de conduta” (ORTIZ, 1994b, p. 121). O consumo, estimulado pela publicidade, coordena e orienta a vida econômica. Mas a cultura de consumo, na atual fase do capitalismo, tem grande participação nas esferas sociais e culturais dos indivíduos, pois “o consumo faz parte de nosso cotidiano, da nossa cultura e, também, da forma como significamos o mundo” (Guimarães apud ZILLOTTO, 2003, p. 24).

Para garantir o atendimento do consumidor mundial, as grandes organizações da indústria e da cultura precisam constantemente inovar as estratégias de fabricação, divulgação e comercialização dos seus produtos no mercado, exigindo maior especialização da área de gestão empresarial. Conjuntamente, a competição entre as corporações, quer locais ou continentais, demanda mais espaço para as técnicas de *marketing*, a fim de construir um referencial simbólico que exerça atração sobre o consumidor e estabelecer um regime de fidelização de uma clientela em relação aos artefatos produzidos.

²⁰ Um conceito de mundialização pode ser aquele empregado por Baudrillard, quando este distingue universalidade de mundialização. Enquanto a universalidade diz respeito aos valores, aos direitos humanos, às liberdades, à cultura, à democracia, a mundialização faz referência “aos tecnocratas, ao mercado, ao turismo, à informação” (BAUDRILLARD, 1997, p. 127).

De acordo com essa lógica do capital, ou do mercado, as religiões também disputam os potenciais fiéis numa competição em que, não raro, tradições e dogmas precisam ser negociados com o propósito de atrair a atenção e a aceitação do público. Diversos estudos²¹ ressaltam que as religiões cristãs, em maior ou menor grau, empregam modelos empresariais de gerência. Análises recentes têm demonstrado que diferentes denominações religiosas buscam sacralizar seus produtos com o discurso da prosperidade material e ascensão social ligadas à espiritualidade. Na corrente desse pensamento, Leonard Orr e Sondra Ray afirmam que a riqueza humana provém da iluminação espiritual, criam uma meritocracia pecúneo-espiritual em que o indivíduo cada vez mais espiritualizado alcança cada vez mais prosperidade, e resumem: “Deus é ilimitado. As compras podem ser ilimitadas” (ORR & RAY, 1983, p. xiv).

Dessa forma, se o termo “sagrado” esteve vinculado a uma separação dos costumes que se opõem aos princípios bíblicos de conduta, atualmente está em voga um fenômeno de “sacralização” que atribui um *status* de sagrado a eventos e bens simbólicos. Assim, o universo religioso, ao apropriar-se das estratégias de *marketing* e gestão administrativa típicas da lógica do mercado secular, organiza seu público consumidor, o qual, segundo Campos, “determina tanto as formas de elaboração e de distribuição de bens religiosos, como a própria estrutura assumida pela instância produtora” (1997, p. 204).

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, a TV, o rádio, o cinema, a internet, caracterizam uma etapa das conquistas teletecnológicas observadas no século XX. Esses aperfeiçoamentos estão também associados à fase econômica de globalização do mercado, em que a industrialização alcança também a cultura, tornando-se esta um produto de largo consumo em razão da expansão da publicidade e das mídias. Tal expansão teria levado ao surgimento de uma “cultura das mídias”, a constituição de uma nova sociedade, a “sociedade do espetáculo”.

Segundo Douglas Kellner, a cultura da mídia

é constituída por sistemas de rádio e reprodução de som (discos, fitas, CDs e seus instrumentos de disseminação, como aparelhos de rádio, gravadores etc.); de filmes e seus modos de distribuição (cinemas, videocassetes, apresentação pela TV); pela imprensa, que vai de jornais a revistas; e pelo sistema de televisão, situado no cerne desse tipo de cultura (2001, p. 9).

²¹ Cf. Campos (1997), Cunha (2007), Souza (2005), Magnani (2006).

A rápida obsolescência dos aparelhos de reprodução de som e imagem surgida na esteira do avanço tecnológico do século XXI, na forma da substituição do videocassete pelo aparelho leitor e gravador de DVDs (e, deste, pelo *Blu-ray*), somada à notável e progressiva acessibilidade da população à rede mundial de computadores, reforçam a definição de Kellner. Inseridos na cultura das mídias, os indivíduos são submetidos a um fluxo incessante de sons e imagens tanto no espaço doméstico e particular quanto nos locais públicos. Um mundo intensamente virtual de entretenimento e informação está reorganizando “percepções de espaço e tempo, anulando distinções entre realidade e imagem, enquanto produz novos modos de experiência e subjetividade” (idem, p. 27).

Por também resultar do desenvolvimento de alta tecnologia, a cultura das mídias é um dos setores mais lucrativos do comércio mundial, a observar os grandes conglomerados da comunicação midiática. A produção de bens mercadológicos, realizada de forma massiva e em série, precisa da divulgação de seus objetos, haja vista a quantidade de produtos lançados no mercado. As mídias também acabam por seguir esse padrão industrial, produzindo “astros e estrelas” do cinema, da TV e da música de forma serializada e também massiva. Assim, a obsolescência dos artefatos industrializados das fábricas encontra correlação na rápida substituição de ícones culturais de massa. Segundo Kellner, “a cultura de consumo e a cultura da mídia atuam de mãos dadas no sentido de gerar pensamentos e comportamentos ajustados aos valores, às instituições, às crenças e às práticas vigentes” (2001, p. 11).

Nesse ponto, em que acontece o encontro entre cultura das mídias e cultura de consumo, alguns estudos sinalizam que a sociedade contemporânea é caracterizada:

- por relações interpessoais mediatizadas pelo espetáculo midiático: “o espetáculo [*sic*] não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens” (DEBORD, 1991, p. 10);

- pela presença absolutista da lógica mercantil: “o espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Não só a relação com a mercadoria é visível, como nada mais se vê senão ela: o mundo que vê é o seu mundo” (idem, p. 31);

- pela estetização da vida cotidiana: “sociedade alguma jamais foi saturada com signos e imagens como esta” (JAMESON, 1979, p. 139), o que coopera para impulsionar “uma cultura de consumo onde a infundável repetição de imagens apaga a distinção entre aparência e realidade” (FEATHERSTONE, 1995, p. 69).

Portanto, vale perguntar, como Featherstone, sobre o efeito dessas mudanças sobre a religião. Será que a religião está se apresentando como “um modo de vida e um complexo significativo que proporciona uma espécie de reconforto emocional semelhante a outras atividades de lazer” (1997, p. 158)? Será que isso teria conduzido a religião para mais perto de outras mercadorias e padrões de consumo?

No contexto sócio-cultural contemporâneo, a religião tem nos meios de comunicação uma oportunidade de maximização de sua capacidade simbólica, de ampliar em grande escala seu poder de agregar pessoas e criar laços sociais, de vincular interesses e orientar ações coletivas (ORTIZ, 2006, p. 136). A tecnologia propicia às religiões um suporte que permite uma circulação mais veloz e eficiente de suas mensagens e produtos, seja pela TV, internet ou mídia impressa, o que aumenta sua visibilidade nos tempos atuais.

Para o filósofo Jacques Derrida, as religiões desencadeiam uma competição, uma “guerra”, na luta para controlar o sistema digital, os satélites de comunicação, “a concentração dos poderes capitalístico-midiático, em três palavras, *cultura digital, jato e TV* sem as quais não existe, hoje em dia, qualquer manifestação religiosa” (in DERRIDA; VATTIMO, 2000, p. 37, *grifos do original*). Derrida exemplifica o fato de que não há mais religião sem mídia ao citar as viagens e declarações do papa e “qualquer irradiação organizada dos cultos judeu, cristão ou muçulmano”. O fator tecnológico, acompanhado do crescimento da urbanização e da busca de inculturação das igrejas no mundo urbano (CUNHA, 2005, p. 95), ocorre em um contexto de transformações do campo religioso, ora renovado pelo papel que as mídias exercem na sua dinâmica, mas também modificado pela competição mercadológica verificada no mercado das religiões, em que os padrões empresariais de gestão administrativa e a mídia eletrônica devem ser analisados à luz das mudanças da própria estrutura cultural e sócio-econômica mundial.

Magali Cunha identifica uma nova postura no quadro religioso brasileiro, em que a eficiência empresarial e o mercado consumidor cristão são marcas notórias dessa renovação (2004, p. 90). À semelhança do que ocorre nas organizações seculares, os líderes religiosos têm adotado estratégias de *marketing* e técnicas administrativas com o intuito de garantir sua sobrevivência²² e maximizar sua audiência e seu público consumidor de bens simbólicos.²³ Leonildo Campos constata que “a transformação do “*campo religioso*” em “*mercado religioso*” é consequência da força homogeneizadora do mundo sobre o universo religioso” (1997, p. 204, *grifos do original*). Nota-se, então, que as interações da religião com a cultura

²² Cf. DOLGHE, 2007, p. 39.

²³ Cf. ORTIZ, 2006, p. 137.

do mercado resultam da reconfiguração social, cultural e econômica da atualidade, em que a religião continua a desempenhar papel ativo na sociedade.

O emprego das mídias, portanto, será um passo em direção à modernização das ferramentas de divulgação dos conteúdos religiosos, perpassados pela negociação de dogmas e costumes entre instituição oficial e leigos membros das diversas denominações cristãs. De acordo com Regina Novaes,

as tecnologias – aceitas e usadas com profissionalismo – empurram as religiões a liberar-se do aparato *hard* de suas mensagens escolher a via *soft*, pois assim entram melhor em circulação. Neste contexto, o uso da linguagem *soft*, ancorada nas emoções e nos afetos, estaria substituindo o aparato *hard* da complexidade da mensagem teológica e escatológica. Esta é, sem dúvida, uma descrição do presente com suas rápidas e constantes absorções tecnológicas (In TEIXEIRA; MENEZES, 2006, p. 157).

Para Baudrillard, esse novo contexto, em que a religião se apresenta condicionada pela cultura das mídias e pelo sentido de espetáculo, ocorre por um “desvio do princípio religioso”, pois as massas teriam absorvido a religião “na prática sacrílega e espetacular que adotaram. Elas querem apenas signos, idolatram o jogo dos signos e dos estereótipos” (1985, p. 94). Em que pese o estilo e o pensamento (apocalíptico?) de Baudrillard, é preciso verificar se os “consumidores” religiosos estão sendo unidimensionalmente manipulados por uma espécie de “igreja do espetáculo” ou se é mais adequado dizer que os especialistas e leigos religiosos estão reordenando suas questões de fé na dinâmica da pós-modernidade. Também é válido indagar se as instituições religiosas estão absorvendo criticamente as mais recentes tendências midiáticas de entretenimento ou se estão apenas recodificando parte de seus valores e tradições a fim de dar sentido ao conteúdo ético-moral milenar que encerram.

1.4 Cultura e música na pós-modernidade

As teorias e estudos abordados no primeiro capítulo desse trabalho visam fundamentar a análise das mudanças surgidas no âmbito da cultura do século XX. Tais pesquisas não se apresentam inteiramente conclusivas sobre a questão, porém, mesmo que não seja “algo que se possa estabelecer de uma vez por todas e, então, usá-lo com a consciência tranqüila” (JAMESON, 1997, p. 25), o pós-modernismo é um conceito efetivo que pode auxiliar no debate sobre questões fundamentais na discussão cultural e artística.

De acordo com o que foi descrito até aqui, a cultura contemporânea está atrelada a uma lógica de mercado global da qual não escaparam nem a arte de vanguarda, nem a cultura popular folclórica e nem a cultura religiosa. A cultura das mídias também atinge dimensões globais, sendo um novo referente organizador da sociedade, isto é, um espaço em que a teletecnocultura constrói e também representa os novos padrões e configurações sociais.

A noção de cultura continuará sendo discutida e, a partir desse ponto, será mais bem delineada para os objetivos desse trabalho. Fredric Jameson e Steven Connor são alguns dos teóricos que se dedicaram ao estudo da arte no contexto da pós-modernidade, porém, devido às delimitações propostas nessa dissertação, os temas que envolvem cultura e mídia, e também a música, receberão maior relevância nas páginas subseqüentes.

O termo cultura foi investigado sob muitos aspectos, do sociológico ao econômico, passando pelo estético, sem encontrar, porém, uma definição precisa que não excluísse um ou outro aspecto significativo. No escopo da presente pesquisa está a cultura popular, e é esta cultura que será analisada a seguir, considerando também mais um sentido sociológico que artístico/estético.

Roy Shuker (1999, p. 83) se refere à cultura como “a esfera em que as desigualdades sociais são reproduzidas”, dando margem para a interpretação paradigmática de cultura dominante e cultura dominada, em que os grupos sociais dominantes submeteriam os grupos dominados ao exercer tanto a prevalência cultural quanto social, sem deixar de levar em conta os modos de contestação e resistência da cultura dominada, a defasagem que se revela na imposição não-total da cultura dominante, e o fato de construção e reconstrução cultural dos grupos dominados em estado de dominação, mas não submissão. A evocação dessas questões remete ao debate acerca da noção de cultura popular. Em que pese a complexidade do assunto, Denys Cuche descreve duas formas de abordagem diametralmente opostas, mas comuns nos estudos sobre as culturas populares:

- 1) Minimalista: nessa visão, as culturas populares são derivadas da cultura dominante, sendo causadoras de uma diluição e empobrecimento da cultura central e desprovidas de criatividade e autonomia. Também seriam a expressão de sua alienação social e capazes de apresentar meros “subprodutos inacabados”;
- 2) Maximalista: nessa tese, as culturas populares são consideradas “iguais e mesmo superiores à cultura das elites”, posto que, para alguns defensores dessa visão, são provenientes da criatividade do “povo”. Além do mais, seriam fornidas de maior autenticidade e independência (CUCHE, 2002, pp. 147-148).

Porém, se a primeira tese identificada por Cuche é falha em compreender um contexto sócio-cultural mais abrangente e menos simplista, a segunda parece mais próxima de uma romantização mítica da cultura popular do que de um estudo minucioso da realidade. De fato, a realidade é bem mais intrincada e complexa, bem mais do que podem revelar os pêndulos extremos apresentados em ambas as visões. As culturas populares, porém, em outra análise, não seriam “nem inteiramente dependentes, nem inteiramente autônomas, nem pura imitação, nem pura criação”, confirmando, dessa forma, que “toda cultura particular é uma reunião de elementos originais e de elementos importados, de invenções próprias e de empréstimos” (idem, p. 148-149).

Pode-se argumentar, assim, que a ordem econômica dominante trabalha com uma produção padronizada, serializada, expansionista e centralizada, e tem por correspondente uma outra produção chamada por Michel de Certeau de “consumo”. Este pensador francês define a cultura popular “como sendo uma cultura de consumo”, a qual deveria ser estudada também a partir das “maneiras de fazer” do consumidor em relação aos artefatos da produção massificada (DE CERTEAU, 2007, p. 39). Os consumidores conferem novos sentidos aos produtos padronizados e os traduzem de forma diferente daquela que havia sido planejada para eles (idem, ibidem). Portanto, ainda que o mercado seja o produto de estratégias empresariais, o “sentido” e o “uso” dos objetos – artísticos, musicais, religiosos – não podem ser totalmente determinados (idem, p. 39-40).

Na pós-modernidade, verifica-se a ocorrência de um descentramento e redistribuição do poder cultural. Isto se descobre na celebração da pluralidade de estilos, nas oportunidades de afirmação cultural de grupos sociais marginalizados,²⁴ na ênfase na oposição centro-periferia,²⁵ daí a decorrência da promoção preferencial da cultura popular. As mídias, como veículo comunicacional mais ativo e com maior capacidade de penetração social, servem, então, como plataforma de visibilidade das formas artísticas da cultura popular. Vale ressaltar que as expressões populares dificilmente chegam ao consumidor tais como foram geradas, posto que diversas práticas culturais são justapostas ou aglutinadas, de forma a absorver uma variedade de processos de interinfluência.

Fredric Jameson (1997) e Steven Connor (2000) são alguns dos teóricos que dedicaram parte dos seus estudos à análise da arte na cultura pós-moderna. Ambos procuraram descrever os novos processos de elaboração e expressão que se apresentaram na

²⁴ Cf. CONNOR, 2000, p. 151.

²⁵ Cf. ANDERSON, 1999, p. 142.

arte contemporânea, em especial, na arquitetura, nas artes visuais, na literatura, no vídeo e no cinema. Douglas Kellner (2001) e E. Ann Kaplan (1993) direcionaram suas análises para a cultura das mídias, dando atenção às produções da TV, do cinema e da indústria fonográfica norte-americanas; por sua vez, Angela McRobbie (1994) voltou-se para a cultura popular, conquanto seu enfoque tenha se detido sobre aspectos teóricos e conceituais da cultura popular na pós-modernidade.

Os estudos que procuram uma convergência entre música e pós-modernidade não são muitos nem são de autores tão divulgados como aqueles mencionados acima.²⁶ Nessa pesquisa destaca-se, porém, dois deles: o espanhol Julio López, com o livro *La musica de la postmodernidad* (1988), e Paulo de Tarso Salles, com *Aberturas e impasses* (2005). Ambos buscam descrever o processo de modificação na criação e na divulgação da música no século XX empregando o referencial teórico pós-moderno, mas também delimitam suas análises no campo da música erudita ou música de concerto. López é quem chega mais próximo de uma contextualização da música popular das mídias e sua integração no cerne da cultura pós-moderna ao tecer considerações sobre o aspecto mercantil dos grupos musicais dos anos 1980.

A dificuldade de descrever o pós-modernismo em música popular adviria da ausência de um período de “modernismo” preexistente que funcionasse como precedência das rupturas do pós-moderno. Tal dificuldade não seria encontrada nas descrições de narrativas lineares das artes visuais, da literatura, do teatro e da música erudita. Embora Salles não pretenda apontar esta ou aquela música, este ou aquele compositor como pós-modernos, o autor não deixou de empregar o arcabouço teórico-filosófico do pós-modernismo como base para o estudo da música erudita brasileira entre 1960 e 1980, e algumas de suas inferências são válidas para o estudo da música popular.

Salles assinala que o conceito de produção artística pós-moderna aponta para uma ressignificação dos produtos, agora estabelecidos por sua adaptabilidade às exigências objetivas do mercado, opostas a uma subjetividade moderna (2007, p. 35). Apesar do uso de novas tecnologias e da permanência de abertura de espaço para novos padrões de comportamento, os produtos não seriam mais qualificados segundo a técnica necessária para sua elaboração nem pelo grau de novidade estética. O autor também percebe o desprestígio de um “juízo estético de ordem moral” ou de “avaliações estéticas apriorísticas”, isto é, na pós-modernidade ocorre uma recusa de critérios pré-definidos de juízo de valor nas artes.

²⁶ Cf. Goodwin, A. “Popular music and postmodern theory”. *Cultural Studies*, v. 5, n. 2, May, p. 174-190; Kaplan, E. *Rocking around the clock: music television, postmodernism and consumer culture*. New York: Methuen, 1987; Manuel, P. “Music as symbol, music as simulacrum: postmodern, premodern and modern aesthetics in subcultural popular musics”. *Popular Music*, v. 14, n. 2, p. 227-239.

Hobsbawn (1997, p. 496) identifica a contemporaneidade como marcada por um “populismo partilhado pelo mercado e um radicalismo anti-elitista”, em que “importa não distinguir entre bom e ruim, elaborado e simples, mas no máximo o que atrai mais ou menos pessoas”, e pelo fato de que

não apenas... as fronteiras entre o que é e o que não é classificável como “arte”, “criação” ou artifício se tornaram cada vez mais difusas, ou mesmo desapareceram completamente, ou...uma escola influente de críticos literários do *fin-de-siècle* julgou impossível, irrelevante e não-democrático decidir se Macbeth, de Shakespeare, é melhor ou pior que Batman (idem, p. 483).

Julio López, por sua vez, também reconhece que a mercantilidade da obra artística é estabelecida como natureza intrínseca do artístico e observa que a “mercantilidade não é nociva em si”, mas parece impedir a existência de obra artística de outra envergadura (1988, p. 130; 150). Ele descreve como os grupos musicais dos anos 1980 eram acabados produtos comerciais coordenados pela indústria e direcionados ao consumo juvenil. Na observação de uma interação entre economia e cultura, existente em outros séculos, porém, mais intensificada na lógica do capital do século XX, López revela que o impacto mercantil dos grupos musicais baseava-se em sua oferta cultural altamente qualificada – capaz de selecionar “quase todos os tópicos icônicos e ideológicos da pós-modernidade: cinema, ficção científica, exotismo” –, e seu impacto cultural baseava-se em sua oferta comercial – ao representar e influenciar as novidades dos contingentes sociológicos juvenis (idem, p. 127).

Assim, é possível ressaltar alguns pontos que marcam a produção musical contemporânea: a nova significação do produto, tomada por sua capacidade de adaptação às demandas mercadológicas mais do que pela técnica utilizada ou por uma originalidade estilística; a falência dos juízos estéticos moralmente hierarquizados (bom/ruim, superior/inferior); a imposição, nem sempre total, da hegemonia cultural dos Estados Unidos; a efemeridade dos estilos e dos artistas. As características relacionadas não definem quem é ou quem não é pós-moderno no mundo da música *pop*, mas são úteis na análise das novas expressões musicais da cultura popular das mídias.

Steven Connor afirma que a transponibilidade da narrativa pós-moderna para o universo cultural mais recente implica na identificação do rock como a forma cultural pós-moderna mais representativa (2000, p. 151). Connor nota que há teorias do pós-moderno que assinalam a constituição de um modernismo na história do rock – a música dos Beatles e dos

Rolling Stones, por exemplo, considerando a narrativa interior acelerada do gênero²⁷. Porém, ainda segundo Connor, a analogia não funciona integralmente, posto que o rock, diferentemente das propostas dos literatos e artistas modernistas do início do século XX, não chegaria a explorar por completo a “natureza do seu meio, de suas convenções e de suas instituições”, e demonstraria pouca “oposição à sociedade industrial de massas” (idem, p. 150).

Contudo, enquanto há um discurso que observa as tendências de mercantilização e *marketing* na música *pop*, outros estudiosos aplicam a perspectiva cultural pós-moderna a determinados estilos musicais, como o rock, o *hip-hop* e o *new age*.²⁸ Ultimamente, as reciclagens do passado cultural do rock, na forma de retornos estilísticos e versões *cover*, e o atual emprego do *sampling*,²⁹ com a apropriação e manipulação de gravações de outros músicos, parecem oferecer um “claro exemplo da estética pós-moderna do fragmento”. Acrescente-se a repercussão global unificadora do rock, ao lado de sua criação e absorção de pluralidade de estilos e mídias (relação com a moda, com as identidades étnicas, com o cinema e as novas tecnologias), e depreende-se daí a razão dos relatos de um estilo popular pós-moderno (idem, p. 151).

O acelerado desenvolvimento da mídia massiva e a proliferação dos códigos midiáticos, bem como a intensificação dos procedimentos de apropriação e a mobilidade das redes de cruzamento cultural, são características da pós-modernidade que repercutem sobre a música popular (Manuel, 1995, p. 228). O pós-modernismo não existe como “condição totalizante, mas como um quadro ideológico, estético e discursivo distinto (embora progressivamente pervasivo) que constantemente interage com a tradição e com a ‘modernidade’” (idem, p. 237).

A MTV e, principalmente, a internet borram as fronteiras entre popular e erudito ou cultura *pop* e arte “cult”. As estratégias de crítica e ironia em relação ao suporte midiático elaboradas por cineastas e artistas plásticos são adotadas nos videoclipes *pop*, porém, com a

²⁷ Fredric Jameson apresenta os Beatles e os Rolling Stones como o “grande momento modernista” do rock (apud CONNOR, 2000, p. 150).

²⁸ KOTARBA, J. The postmodernization of rock and roll music: the case of Metallica. In: Epstein, J. S. (org.). *Adolescents and their music: if it's too loud, you're too old*. New York/London: Garland Publishing, 1994; HALL, D. New Age Music: a voice of liminality in postmodernism popular culture. *Popular Music and Society*, v. 18, n. 2, pp. 13-21. Cf. verbete “pós-modernismo/rock pós-moderno” (SHUKER, 1999, pp. 216-218).

²⁹ O *Dicionário de termos e expressões da música* define “sampling” como o processo de gravação de um “trecho pré-gravado que é inserido eletronicamente em uma música” (DOURADO, 2004, p. 292). No *Vocabulário de música pop*, “sampling” é o “uso da tecnologia de computador para extrair trechos selecionados previamente gravados e usá-los como parte de um novo trabalho, usualmente como fundo sonoro de acompanhamento para novos vocais” (SHUKER, 1999, p. 251).

diferença de que a intertextualidade e o pastiche emprestados funcionam como válvula de entretenimento.

Os críticos dessa interação parecem ainda problematizar as questões da “pureza” e da “autenticidade” da obra de arte, o que remete a uma incompreensão dos procedimentos que movimentam os intercruzamentos culturais.

1.5 Religião e religiosidade pós-modernas

Nas últimas décadas do século XX, as religiões experimentam um renovado vigor, seja no reavivamento islâmico seja na expansão do cristianismo na Ásia Oriental, na África, nas Américas do Sul e Central e nos países do leste europeu (principalmente aqueles recém-saídos dos regimes comunistas).

Esse cristianismo “mais marcado pela importância dos dons do Espírito que pela doutrina da inerrância bíblica” tem sido o vetor do movimento de massa do pentecostalismo (MARTIN, B., 1998, p. 108).

Como foi estudado, de fato, não ocorreu um impacto, ou choque, do pós-modernismo sobre as religiões. Antes, as observações anteriores conduzem à constatação de uma integração, não sem atritos, da cultura religiosa às transformações sociais geradas dentro da dinâmica do capitalismo. A crise de credibilidade das hierarquias culturais e religiosas, a crescente legitimação do mercado global, a cultura de consumo associada à cultura das mídias na produção e comercialização de sons e imagens, a descentralização religiosa e a centralização do indivíduo, a maior liberdade e independência do sujeito contemporâneo, todos esses fatores ocasionaram a reorganização e a dessacralização das formas mais tradicionais e antigas do sagrado e do transcendente.

Elaborando uma livre associação entre religião e cultura da pós-modernidade, é possível traçar algumas características do que viria a ser uma religião pós-moderna. Em primeiro lugar, pode-se falar em secularização da religião, o que seria um modo de vê-la, e em secularização da ciência, não em termos de uma “substituição de um conjunto de crenças ou visões de mundo por outro, mas de um declínio do poder potencial relativo dos especialistas simbólicos em questão” – especialistas religiosos, e também cientistas e intelectuais (FEATHERSTONE, 1997, p. 92). Dessa forma, as autoridades do pensamento religioso e científico teriam perdido a capacidade de conservar a autoridade de seu conhecimento sobre as práticas cotidianas do indivíduo.

Seguindo essa linha de pensamento, Bauman detecta

o enfraquecimento, genuíno ou putativo, gradual mas implacável, da maioria das distinções territoriais fixadas e a substituição de grupos e associações territorialmente definidos por “redes” eletronicamente mediadas, negligentes quanto ao espaço físico e livres do controle das localidades e das soberanias espacialmente circunscritas. (2007, p. 188).

A religião pós-moderna, assim, não seria aquela em que há apenas uma perda de autoridade oficial sobre as decisões dos fiéis, mas, sobretudo, aquela em que a autonomia dos leigos é cada vez mais preponderante. Essa maior independência do leigo tem levado as instituições a uma reordenação de seus códigos e tradições, a fim de não apenas ver seus membros distanciados devido à insatisfação religiosa como também com a intenção de atrair outro público, menos conservador e mais acomodado no contexto secular de costumes.

Portanto, o moderno padrão de apresentação das mensagens religiosas parece demonstrar que um gradual processo de secularização da religião condiciona-a a fazer diversos ajustes, numa espécie de “pacto com o mundo”. Os expedientes adotados pelas religiões são uma reação destas às novas exigências de suas congregações e também correspondem aos sinais da pós-modernidade. Para Regina Novaes (in TEIXEIRA; MENEZES, 2006, p. 136), a elaboração de formas de mensagem em “termos éticos (paz no mundo, direitos humanos, defesa do ecossistema)” é uma tentativa de estabelecer-se [a religião] como fonte privilegiada de autoridade moral, e a veiculação dessas mensagens, incluídas a propaganda doutrinária e a comercialização de produtos artísticos, está diretamente relacionada à sacralização da mídia empregada (programas de rádio e TV) e do consumo estimulado (de cosméticos a livros, CDs e shows). É importante salientar que, muito embora a religião institucional esteja inserida na lógica do mercado, “os bens procurados não são apenas secularizados, mas também religiosos, e, muitos deles com grau de transcendência elevado” (DOLGHIE, 2007, p. 51).

O contexto pós-moderno religioso é multiconfessional, de pluralidade de interpretações, de “multiplicidade de linguagens teológicas” (MARTELLI, 1995, p. 451), o que propicia a explosão contemporânea de aberturas de novas igrejas, cada qual oferecendo um conjunto de dogmas pouco distinto uma das outras, e que se lançam à busca de um público específico, num reflexo do processo de segmentação do consumidor ocorrido na esfera secular.

Igrejas para atletas, para empresários, para militares, com maior ou menor conteúdo dogmático, com maior ou menor grau de aproximação às práticas esotéricas ou místicas. O

indivíduo em busca de uma religião é visto como alguém em “constante processo de nomadismo religioso”, em que há pessoas que se fixam em determinadas denominações, dando um “ponto final em sua peregrinação de fé”, enquanto outras estão simplesmente à procura de benefícios passageiros (CAMPOS, 1997, p. 197). Ocorre, então, o surgimento de uma religião “marcada pela desfiliação dos indivíduos das instituições religiosas e a opção destes por uma religiosidade própria, montada a partir das ofertas de um ‘mercado religioso’” (CAMURÇA, 2006, p. 45). Segundo Ortiz,

a utilização recorrente do termo religiosidade caracteriza bem esta tendência de uma expressão religiosa mais individualizada, distante da idéia restrita de religião, vista como um sistema coerente de crenças a ser observado por todos os fiéis de uma mesma comunidade (ORTIZ, 2006, p. 140).

De acordo com David Martin, os novos evangélicos criaram “seu próprio espaço espiritual autônomo em oposição aos sistemas abrangentes” (1996, p. 10). Para Berenice Martin, nesse espaço eles podem desenvolver “novas potencialidades pessoais e culturais” (1998, p. 108).

Na pós-modernidade, a sobrevivência da religião parece não somente atada a uma integração com a cultura das mídias, como também estaria submetida às novas demandas de satisfação religiosa individual dos adoradores. Pode-se acrescentar, ainda, que a religião parece depender da habilidade de seus dirigentes em perceber a carência institucional de aspectos místicos, haja vista o crescimento do esoterismo nas camadas economicamente elevadas e a expansão do pentecostalismo nas classes médias da sociedade³⁰ como reprodutores da noção de que o sagrado, não mais mediado pelas religiões tradicionais, pode ser alcançado “também através de formas extra-sensoriais, de recursos como meditação, concentração, exercícios físicos, florais de Bach” (CAMPOS, 1997, p. 47).

A cultura pós-moderna, além de realojar o transcendente para dentro do próprio indivíduo, é o espaço onde a visão holística do Universo e do homem surge simultaneamente ao rompimento em relação à tradição teológica. Nessa perspectiva, o “homem busca seu encontro e sua unidade com o sobrenatural, sem mediação”, instaurando a consolidação do inconsciente como fonte de conhecimento, com o estímulo à hipnose, à intuição, e favorecendo o recrudescimento do misticismo (DORNELES, 2008, p. 52).

Assim, ao mesmo tempo em que o mundo contemporâneo assiste ao desenvolvimento e expansão da teletecnociência, a cultura da pós-modernidade acentua os caracteres da

³⁰ Cf. RIBEIRO, 2007, p. 123.

experiência sensível e da emancipação dos instintos. Segundo Terrin, por trás da noção de um Deus cada vez mais pessoal e imanente, ao invés da antiga noção de um Deus distante e transcendente, está o desejo humano de “encontrar o divino sem sofrer traumas, medos, angústias”, de um conhecimento não-objetivo da divindade por meio da experiência espiritual interna e da intuição, pois “Deus e o mundo” se encontrariam no íntimo e no espírito dos indivíduos, na “energia cósmica e no ar” que se respira (1996, p. 80-86). Pode-se notar assim, que a pós-modernidade parece vinculada a uma nova atitude religiosa, mais individualizada e mística, a qual estaria também em processo de interação com os recursos tecnológicos mais recentes.

A “experiência completa” da revelação, do êxtase, rompendo as fronteiras do ego e da transcendência total... foi posta pela cultura pós-moderna ao alcance de todo indivíduo, refundida como um alvo realístico e uma perspectiva de auto-aprendizado para cada indivíduo, e recolocada no produto da vida devotado à arte do comodismo do consumidor (BAUMAN, 1998, p. 223).

Assim como nos parques temáticos os indivíduos se deliciam com a natureza simulacional e planejada do turismo contemporâneo, que sabem ser apenas uma distração e um jogo, os “religiosos pós-modernos” adotam semelhante orientação face às experiências religiosas. Estes, não teriam mais tempo para um tipo de autenticidade e reflexividade, e se deliciam com a natureza simulacional e construída da religiosidade contemporânea. Mesmo nas igrejas protestantes históricas, muitos estão abandonando seu compromisso com o cânone bíblico-doutrinário em favor de uma experiência sensorial (MENDONÇA, 2006, p. 96).

Nessa perspectiva, as igrejas deixariam de ser lugares aborrecidos, com finalidade de educação dogmática pelo estudo da Bíblia, e incorporam, preferencialmente, as características da pós-modernidade, procurando apresentar imagens e simulações espetaculares. Isto parece estimular uma orientação diferente, mais lúdica, por parte de grandes multidões de religiosos que assimilam a abordagem mais agradável dos cultos transformados em *shows*. Pode-se argumentar que se trata de outra instância do confronto entre elite especialista religiosa e populismo. “Todavia, as tendências populistas certamente entraram em evidência” nas últimas décadas do século XX (FEATHERSTONE, 1995, p. 144).

Numa tentativa de delimitação binária, mas não totalmente oposta, de categorias de religiões pós-modernas, pode-se apontar as religiões do “circuito neoesotérico”³¹ e as

³¹ “Círculo neoesotérico” ou “neoesoterismo” são termos empregados pelo antropólogo José Guilherme Magnani para agrupar “o universo de crenças e práticas conhecidas esotéricas, alternativas, místico-esotéricas, da Nova Era etc” (2006, p. 161).

denominações cristãs chamadas “neopentecostais” ou “carismáticas”. O prefixo “neo” é útil na conceituação de expressões religiosas de larga tradição histórica que, todavia, apresentam-se no final do século XX, quase que simultaneamente a partir da década de 80, como fenômenos de oferta e procura, de multiplicidade de variantes denominacionais, de adaptabilidade à lógica de mercado, de emprego de práticas associadas à magia e a um misticismo que já foi chamado de “primitivo”.

A visibilidade que obtiveram nas mídias – as classes artísticas preferiram o neoesoterismo, enquanto o neopentecostalismo teve grande aceitação junto às classes média e baixa –, e o espaço a elas concedido nos estudos acadêmicos, faculta ao pesquisador a busca por sinais que possam qualificá-las como pós-modernas.

Na pós-modernidade, conjuntamente à erosão das grandes organizações religiosas ocidentais, floresce uma religiosidade de grupos minoritários, mas também organizados e competentes em seu novo padrão de identidade social e religiosa. Semelhantemente às instituições históricas a que sucedem, esses pequenos grupos religiosos empregam a música como material litúrgico, contudo, e com muito mais força, dão à música o *status* de portadora de expressão da fé, o que contribui para a sacralização de gêneros musicais tradicionalmente afastados dos cultos e apresentações musicais. Qual seria, pois, a música das religiões pós-modernas? Na delimitação desse trabalho, quais seriam os estilos musicais das religiões pós-modernas de raiz cristã?

Se as variantes do neoesoterismo se valem do *new age*, um gênero de multi-instrumentalidade com predileção por instrumentos de culturas antigas e que evoca estados de meditação e relaxamento, sendo um estilo mais apropriado às propostas das religiões da Nova Era, as igrejas neopentecostais e as católico-carismáticas têm explorado quase todos os gêneros musicais, especialmente os estilos musicais de maior circulação radiofônica e televisiva. As bandas e cantores neopentecostais, assim como os grupos do carismatismo católico, empregam tanto as formas musicais internacionais ou supranacionais, como o rock e suas variações *pop* ou *metal*, o *reggae* e o *funk*, quanto os gêneros (identificados como) de matriz brasileira, como o forró, o pagode, o samba e o sertanejo. Todos esses estilos musicais estão agregados sob uma mesma definição usual: o *gospel*.

Os estudos de Souza (2005), Fonseca (2003) e Amstalden (2001) analisam a renovação carismática do catolicismo brasileiro e sua inserção na mídia, sua adoção do *marketing* religioso e dão enfoque aos padres-cantores. O neopentecostalismo também é cada vez mais estudado na perspectiva de sua interação com as mídias e com o mercado e pela notável expansão da indústria *gospel* brasileira. Os capítulos seguintes irão descrever os sinais

da cultura pós-moderna presentes nas características da cultura *gospel* e verificará como as canções do *gospel* nacional contemporâneo podem revelar as propostas do neopentecostalismo.

CAPÍTULO 2

NEOPENTECOSTALISMO: MÍDIAS E MÚSICAS

Música, religião, mercado: na abertura do DVD *Alegria*, gravado ao vivo, o pastor e cantor André Valadão avisa o público que “é hora de tirar o pé do chão”, em uma imitação das palavras de comando dos cantores seculares dos trios elétricos. Os estilos musicais alternam canções lentas e evocativas de momentos de comunhão com o *pop/rock* repleto de *riffs* de guitarra. Nos extras do DVD, apresenta-se a propaganda da “Amém”, grife de roupas com visual e estampas de frases evangélicas.

Desde as últimas duas décadas do século XX, o pentecostalismo e suas variantes denominacionais abrem cada vez mais novas igrejas e seguem buscando fiéis em todos os estratos sociais, a presença de suas mídias televisiva e radiofônica verifica-se em todo o território nacional, a variedade de bens de consumo vinculados aos pentecostais é cada vez mais abrangente, e o *lobby* evangélico tem alcançado proeminência política.

Nesse processo de expansão, a música *gospel* desempenha um papel de grande relevância, servindo também como marca do pentecostalismo contemporâneo. O intensivo uso da mídia funciona como grande divulgador dos conteúdos religiosos, sendo que boa parte da programação diária das rádios e TVs está reservada às músicas de um elevado número de cantores, “astros” da indústria fonográfica evangélica. Essa indústria é constituída por um conjunto de gravadoras que, além de artistas, produtores, músicos e técnicos, agrega retransmissoras de rádio, ocupa espaços pagos nas TVs abertas e estabelece escritórios de promoção e administração das carreiras do seu elenco de cantores. Um dos fatores que marcam o crescimento da indústria fonográfica *gospel* no Brasil é a adoção de quase todo tipo de gênero musical: das lentas baladas ao dançante forró, do *rap* ao pagode, todos os estilos musicais servem às novas demandas de louvor e adoração religiosa dos fiéis e às estratégias de expansão de mercado por parte dos empresários do ramo fonográfico neopentecostal.

É preciso antes definir a configuração do subcampo religioso onde se situa o evangélico contemporâneo denominado neopentecostal. Os dados dos censos realizados entre 1990 e 2007 fornecem informações quanto às religiões seguidas pelos brasileiros e demonstram um avanço pentecostal; por outro lado, as análises sociológicas em torno dessas pesquisas podem contribuir para o entendimento do fenômeno no que diz respeito às novas características doutrinárias e culturais que constituem o conteúdo neopentecostal. Dessa forma, é possível traçar um paralelo entre as mudanças centrais efetivadas na cultura da pós-

modernidade e as modificações teológicas observáveis nas ações neopentecostais. E ainda, como esta dissertação vincula-se ao estudo da música *gospel*, este capítulo também irá verificar como a renovação doutrinária neopentecostal está intimamente relacionada à renovação da música cristã.

2.1 Configuração do campo neopentecostal

O grande número de denominações surgidas na dinâmica da cisão do protestantismo no Brasil gerou estudos e propostas de classificação que buscaram justapor, em uma tipologia, as múltiplas divergências confessionais de origem e de teologia ou de confissão existentes entre elas. Subdividem o campo protestante em igrejas Históricas – Luterana, Presbiteriana, Congregacional, Anglicana, Metodista, Batista, Adventista –, Pentecostais – Congregação Cristã no Brasil, Assembléia de Deus, Evangelho Quadrangular, Brasil Para Cristo, Deus é Amor –, e Neopentecostais – Universal do Reino de Deus, Internacional da Graça de Deus, Renascer em Cristo, Sara Nossa Terra.³²

Freston (1993), Mariano (1999) e Cunha (2007) estabelecem uma divisão tríplice do pentecostalismo³³ com base em períodos históricos de implantação e em distinção teológica e comportamental em vez dos modelos dualistas propostos por Mendonça (1989) e Bittencourt (2003). O pentecostalismo clássico reúne as igrejas pioneiras: Congregação Cristã (estabelecida no Brasil em 1910)³⁴ e Assembléia de Deus (1911), que se caracterizaram pela crença no dom de línguas – a glossolalia –, pelo anticatolicismo, pelo ascetismo e sectarismo radicais, sendo que a segunda denominação parece demonstrar maior assimilação quanto às mudanças no campo pentecostal e na sociedade em geral.

³² Para maior contato com tipologias do campo protestante no Brasil, cf. Prócoro Velasques (1990), Antonio G. Mendonça (1995) e José Bittencourt Filho (2003).

³³ Bittencourt (2003) divide o pentecostalismo em Clássico (estabelecido no Brasil no início do século XX pelo movimento pentecostal missionário norte-americano), e Autônomo (de expansão e constante cisão de igrejas a partir dos anos 80 que incluiria os neopentecostais). Seguindo um modelo tricotomista, as igrejas pentecostais pioneiras e que se caracterizam pelo batismo do Espírito Santo, chamado de glossolalia, são classificadas como pertencentes ao Pentecostalismo Clássico (FRESTON, 1993; MARIANO, 1995) ou Histórico (CUNHA, 2007). As denominações surgidas na segunda metade do século XX, que enfatizam a Teologia da Prosperidade, a Guerra Espiritual, as práticas de exorcismo e cura divina e a relativização do ascetismo pentecostal histórico, como as igrejas Universal do Reino de Deus, Brasil para Cristo e Deus é Amor são relacionadas ao pentecostalismo de “segunda onda” por Freston, Pentecostalismo Independente por Cunha, e de “cura divina” por Mendonça (id., *ibid.*). As igrejas surgidas a partir dos anos 80, que diferem do grupo anterior pelo proselitismo junto às classes médias e à juventude e pela atenuação das práticas místicas, como a Renascer para Cristo, a Bola de Neve e a Sara Nossa Terra, estão no grupo do pentecostalismo de “terceira onda”, segundo Freston, do “neopentecostalismo”, segundo Mariano, ou do pentecostalismo independente de renovação, segundo Cunha.

³⁴ As igrejas relacionadas nesta página têm sua data de instalação no Brasil indicada entre parênteses.

Um segundo subgrupo pentecostal é constituído pelas igrejas Evangelho Quadrangular (1953), Brasil para Cristo (1955), Deus é Amor (1962) e Casa da Bênção (1964), marcadas pela ênfase na cura divina, em pregações de teor avivalista e no uso do rádio como veículo proselitista. O terceiro subgrupo é denominado neopentecostalismo, e o termo é empregado para se referir às igrejas Universal do Reino de Deus (1977), Internacional da Graça de Deus (1980), Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (1986) e Renascer em Cristo (1986). Essas igrejas caracterizam-se pela pregação da Teologia da Prosperidade, pelo emprego de práticas típicas do Cristianismo pré-Reforma, como o uso de simbologia mística na Guerra Espiritual contra as “forças do mal”, pelo rompimento com o ascetismo pentecostal que visava à separação dos costumes seculares e pela intensificação do uso das mídias. Algumas igrejas neopentecostais mais recentes, como as Comunidades (Evangélicas, da Graça) e Bola de Neve, assim como a Renascer em Cristo, atenuaram a ênfase na cura e no exorcismo, reestruturando seus modelos de proselitismo a fim de alcançar classes sociais e grupos urbanos diversificados.

Apesar das evidentes diferenças entre protestantes e neopentecostais, os membros dessas igrejas são conhecidos e agrupados por um único termo: evangélicos.³⁵ E por esse termo são identificados pela mídia, pelos não-protestantes (católicos, espíritas, umbandistas) e pelos próprios protestantes e pentecostais, apesar das divergências teológico-doutrinárias bastante profundas entre os grupos.

Os dados dos Censos Demográficos do IBGE realizados entre 1970 e 2000 revelam um forte crescimento dos evangélicos, especialmente dos evangélicos pentecostais, e um recuo no número de católicos. Essas pesquisas, analisadas no *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil* (2003), demonstram que os evangélicos perfaziam 5,2% da população brasileira em 1970, enquanto o total de católicos era de 91,8%. Em 1980, os evangélicos somavam 6,6%, sendo 3,2% de pentecostais e 3,4% de não-pentecostais, enquanto o número de católicos era de 89% no mesmo período. No Censo de 1991, os católicos eram 83% da população, e os evangélicos eram 9%, sendo 6% de pentecostais e 3% de não-pentecostais. Em 2000, os católicos apresentavam-se majoritariamente nos números da pesquisa, porém, o recuo tornava-se evidente: de 83%, passaram para 73,9% na última pesquisa. Os evangélicos, que somavam 9% em 1990, eram 15,6% em 2000, com os não-pentecostais passando de 3% para 5% e os pentecostais saltando de 6% para 10,6%.

³⁵ O termo “protestante” é mais utilizado por estudiosos das áreas da Teologia e das Ciências da Religião.

A pesquisa DataFolha³⁶ aponta do mesmo modo uma significativa expansão pentecostal ocorrida no último decênio do século XX. A tabela a seguir indica a continuidade do declínio no total de católicos e o menor crescimento do outro grupo de evangélicos.

Tabela 1 - Dados percentuais de religiosos no Brasil

Ano	Católicos	Evangélicos Pentecostais	Evangélicos Não-pentecostais	Espíritas	Outras Religiões	Sem Religião
1996	74%	11%	4%	3%	4%	5%
2007	64%	17%	5%	3%	5%	6%

O Centro de Pesquisas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV) tem aprofundado as estatísticas sobre os laços entre economia e religião. A partir de microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares/IBGE de 2003, os estudos apontam que havia mais católicos (19, 7%) que evangélicos (11, 4%) nas áreas rurais enquanto que, nas periferias urbanas, havia maior concentração de evangélicos (25, 5%) do que de católicos (16, 7%). A renda média mensal dos pentecostais (R\$ 1. 496) mostrava-se menor do que a renda de católicos (R\$ 2. 023), evangélicos históricos (R\$ 2. 202) e espiritualistas (R\$ 4. 220).

A pesquisa revelou que as condições de moradia ruins eram admitidas por 15, 89% dos pentecostais, contra 11, 34 % dos que consideravam sua moradia como boa. O maior número de religiosos em condições ruins de moradia demonstrou-se estar entre católicos (69, 18 %) ao passo que o menor percentual era de evangélicos tradicionais (4, 11 %). Os dados sobre a economia dos religiosos, portanto, “demonstram com clareza que a velha pobreza brasileira [...] continua católica, enquanto a nova pobreza [...] estaria migrando para as novas igrejas pentecostais e para os chamados segmentos sem religião” (NÉRI, 2006, p. 7).

O avanço evangélico ocorre, também, em outros países e continentes. Os pentecostais representam o grupo cristão mais numeroso na África (34,9%) e na Ásia (43,1%); nos Estados Unidos, ocupam o segundo lugar no bloco cristão (30,5%), assim como na América Latina (27,2%).³⁷ A que se deve esse expressivo aumento do número de evangélicos pentecostais? A menor densidade teológica de suas mensagens, a aproximação dessas igrejas às populações mais carentes da periferia, o teor emocionalista dos seus cultos, as práticas mágico-religiosas

³⁶ Os números da pesquisa Datafolha foram obtidos em pesquisas realizadas nos dias 19 e 20 de março de 2007, na qual foram feitas 5.700 entrevistas em 236 municípios de 25 unidades da Federação (Fonte: Especial Religião. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 6 de maio 2007, p. 2-3).

³⁷ O jornal *Valor* de 30 de março de 2007 apresenta como fontes: *Para um mapa das religiões mundiais*, do sociólogo Arnaldo Nesti, e *National Leadership Roundtable on Church Management in the US*.

empregadas nas suas reuniões seriam razões que explicariam tal expansão? Por suas características, o neopentecostalismo pode ser designado como uma religião pós-moderna?

Antonio Gouvêa Mendonça indica duas hipóteses como possíveis respostas às perguntas sobre a expansão do neopentecostalismo no Brasil: a primeira seria “a atração simbólica de um sagrado mais livre” e a segunda hipótese seria “a característica popular que lhes permite [aos neopentecostais] uma melhor imersão no cotidiano” (2006, p. 107). O relacionamento mais livre com o sagrado provém de uma independência em relação aos dogmas e doutrinas tradicionais, o que permite aos adeptos maior liberdade de comportamento. A compreensão teológica de um Deus mais imanente, mais próximo das pessoas, contribui para uma comunhão sem mediações oficiais, bem como para uma prática litúrgica mais livre.

A característica mais popular do neopentecostalismo descobre-se no anti-intelectualismo, tendência que vê no conhecimento doutrinário ou na erudição um obstáculo à comunhão e ao acesso das camadas sociais mais pobres; no emprego de práticas místicas e estilos de música populares, que facilitariam a inserção do neopentecostalismo no cotidiano de uma população acostumada ao sincretismo mágico-religioso brasileiro (ORTIZ, 1980, p. 100) e às expressões musicais da mídia; na Teologia da Prosperidade, que prega a ascensão financeira ligada ao crescimento espiritual e atua como fator de atração para as classes sociais situadas nas incertezas da vida urbana, “maltratadas pelas mutações sociais e econômicas” (ORO; CORTEN; DOZON, 2003, p. 14); e, na geração de redes de relações sociais que amparam e protegem os novos filiados e as pessoas em situação de pobreza (ALMEIDA, 2006). As palavras de Ricardo Mariano sobre a expansão da Igreja Universal podem ser estendidas ao sucesso das igrejas neopentecostais brasileiras, que também

resulta do desempenho de sua liderança eclesiástica e administrativa à frente do governo denominacional, do trabalho religioso em período integral e da eficiência de seu clero, do ativismo militante dos obreiros, do poder de atração de sua mensagem, do investimento em redes de comunicação e da acentuada eficácia das técnicas e estratégias de proselitismo eletrônico, da oferta sistemática de serviços mágicos adaptados aos interesses materiais e ideais de estratos pobres da população, do sincretismo de crenças e práticas mágico-religiosas em continuidade com a religiosidade popular (MARIANO, 2004).

O neopentecostalismo surge num momento em que as fronteiras entre sagrado e secular estão em acelerado processo de diluição. Conrad Ostwalt (apud BORN, 2003) observa que em muitas igrejas cristãs contemporâneas não ocorre mais uma polarização entre sagrado e secular, mas sim um nivelamento, resultante do direcionamento histórico e gradual de

pensadores religiosos que, desde o Iluminismo, teriam concedido cada vez mais espaço ao pensamento secular. Na década de 1960, Paul van Buren e A. T. Robinson notaram que “a religião estava fazendo concessões aos titãs da cultura secular” e, na sua luta para escapar da obsolescência, estava se tornando mais semelhante à sociedade em geral (id., *ibid.*). No esforço eclesialístico de dar sentido ao conteúdo bíblico para as novas gerações, os tradicionais limites de separação de um modelo cultural secular foram progressivamente apagados, o que estaria levando a um processo de nivelamento do dualismo sagrado/secular. Segundo Benedetti, a capacidade de mimetização das igrejas cristãs na pós-modernidade, expressadas em eventos como o “Carnaval de Jesus”, a “balada *gospel*”, demonstram uma capacidade de sacralização do profano, o que revela que “há, aqui, mais do que transposição, um nivelamento entre sagrado e profano” (2006, p. 132).

Na pós-modernidade, a maior autonomia dos adeptos de uma determinada religião contribui para que as instituições religiosas façam tentativas de reorganização do pensamento doutrinário a fim de garantir sua sobrevivência no “mercado das religiões”. O pluralismo religioso leva a uma maior concorrência entre as diversas igrejas, que procuram criar meios para conservar os filiados e atrair novos seguidores, utilizando, até mesmo, o reprocessamento de tradições mágico-religiosas. Essa competição entre as igrejas está situada na lógica de mercado capitalista, em que o posto de instituição de sucesso é alcançado por meio de busca incessante pelos melhores resultados numa sociedade marcada pela desigualdade de oportunidades.

O processo de sacralização de costumes e práticas seculares atua diretamente sobre a relativização da noção de santidade protestante, da ética do consumo, do uso da mídia e da renovação litúrgica. Assim, o estímulo ao consumo, a inserção midiática e a canção *gospel* tornam-se forças propulsoras para o crescimento neopentecostal amparado pelo nivelamento entre sagrado e profano. A autonomia leiga e a concorrência institucional parecem conduzir as igrejas cristãs a uma orientação rumo às marcas da cultura contemporânea de rejeição de tradicionalismo, de adoção de antigos processos mágico-religiosos e de inserção na lógica de mercado e na cultura das mídias.

Vale ressaltar que o neopentecostalismo estrutura-se na tensão entre o antigo e o novo, pois, ao mesmo tempo em que busca a inovação tecnológica e as mais recentes técnicas de gerenciamento, sua recusa parcial da tradição protestante e sua adoção de antigos processos mágico-religiosos o fazem apresentar-se como “vinho novo em odres velhos” (CUNHA, 2007, p. 198).

O estudo das propostas religiosas neopentecostais, que perfazem um entrecruzamento de aspectos tradicionais do protestantismo e do pentecostalismo com as marcas sócio-econômicas da cultura pós-moderna, auxilia no entendimento da configuração do que se pode chamar de cultura *gospel*, ou seja, uma manifestação cultural identificada com as novas atitudes e comportamentos dos evangélicos neopentecostais (cf. CUNHA, 2007, p. 31-32). Portanto, o gênero musical *gospel*, originariamente um tipo de canção religiosa de movimentos avivalistas norte-americanos do final do século XIX, e que hoje serve como termo aglutinador dos vários estilos musicais da liturgia evangélica, também é utilizado para auxiliar no entendimento dos eventos no campo religioso evangélico brasileiro e na descrição da formação de uma nova expressão religiosa, a cultura *gospel*.

2.2 Relativização da noção de santidade

Magali Cunha indica que um dos sinais da cultura evangélica é a

relativização da tradição de santidade protestante puritana de restrição de costumes, de rejeição da sociedade e das diferentes expressões culturais brasileiras com a busca da valorização do corpo – expressão corporal e lazer – e a construção da imagem de que os adeptos do segmento evangélico são cidadãos “normais”, não isolados, mas inseridos socialmente (CUNHA, 2007, p. 172).

A maneira puritana³⁸ de ver o mundo – como algo do qual se deveria resguardar – levou os protestantes brasileiros a uma busca de santidade por meio de sua separação do mundo, que incentiva o ascetismo na aparência pessoal e a não-participação em festas dançantes, como o Carnaval e os folguedos folclóricos, e em divertimentos populares, como o cinema, o teatro e a música popular. Embora os sinais de diferenciação dos conversos ao protestantismo se mostrassem como rejeição da cultura social dominante, o que produzia um ascetismo e um sectarismo radicais que os distanciava da sociedade, no final do século XX assistiu-se a uma modernização dos costumes dos novos religiosos. A dinâmica da moda, o recrudescimento da cultura do lazer e do entretenimento e o culto ao corpo são fenômenos

³⁸ O puritanismo protestante, surgido na Inglaterra, defendia disciplina rígida para os membros que não acompanhassem a severa ética de conduta calvinista e pregava a reforma moral da vida com fins de salvação. Tal ética, que incluía a moderação nos gastos financeiros e a dedicação honesta ao trabalho, também rejeitava “as restrições tradicionais sobre a empresa econômica” e seria a base inicial do capitalismo dos séculos XVIII e XIX (TAWNEY, 1971, p. 215).

culturais que atuam com grande repercussão na sociedade, auxiliados pela força globalizante do mercado e das mídias.

As igrejas cristãs descobriram que a inserção na modernidade deveria passar, também, pela atualização de normas e costumes, desde a liberdade de vestuário à liberdade de divertimentos, o que significou uma mudança liberalizante que visa a acompanhar as tendências de comportamento da passagem de século opondo-se às restrições morais da ética puritana, com os espaços de lazer e entretenimento populares inseridos como “ingredientes para o modo de vida evangélico, e a dança e a expressão corporal incentivadas também nos momentos de culto” (idem, p. 180).

De acordo com Dorneles, o atual espaço do sagrado “abriga manifestações do mundo profano”, onde “o adorador não vê oposição entre Deus santo e comportamento trivial”, o que torna o culto mais atrativo (2008, p. 118). Fonseca (1998) aponta que o êxito da Igreja Renascer em Cristo, responsável pela difusão da “cultura gospel” no Brasil, relaciona-se a uma nova noção de santidade, em que “os jovens convertidos não necessitam assumir novos gestuais e vestuário para serem evangélicos” e os estilos musicais *gospel* não são visual ou auditivamente diferentes dos estilos seculares correlatos.

Segundo César e Shaull, o pentecostalismo faz uma “inserção na modernidade” ao substituir os parâmetros tradicionalistas do protestantismo por padrões contemporâneos de proselitismo religioso, como a dança, as “canções populares com letra religiosa” e os eventos públicos de reunião de massa (1999, p. 28-29). Esses fatores, aliados a uma visível atenuação de rígidas normas comportamentais, facilitarão a expansão das igrejas que absorvem meios mais modernos de divulgação de sua mensagem.

Essa mensagem, porém, não é portadora de uma anulação por completo da tradição protestante da busca pela santidade. Se por um lado há uma interação com as expressões culturais populares e um declínio do conhecimento doutrinário bíblico tradicional (anti-intelectualismo), de outro lado há a manutenção de elementos de sectarismo protestante (a separação das “coisas do mundo”, principalmente *shows* e festas populares) e conservação de dogmas morais elementares (como a rejeição de sexo extraconjugal e do homossexualismo). Entretanto, o distanciamento do círculo midiático do entretenimento popular não impede que os músicos do *gospel* apresentem-se nos palcos com o visual e a postura dos artistas considerados seculares ou que recebam tratamento de estrelas da música *pop*, com direito ao comportamento de fã por parte do público.

2.3 Sacralização do consumo

Em 2008, em sua sétima edição, a ExpoCristã passou a integrar o calendário oficial da cidade de São Paulo (Lei 14. 567, de autoria do vereador Carlos Bezerra Júnior). Segundo os organizadores, os negócios gerados durante a feira foram calculados em mais de 100 milhões de reais, números que comprovam a importância da ExpoCristã para o setor que atraiu um público de mais de 140 mil pessoas. Durante o evento, a profissionalização do mercado evangélico foi destaque no Congresso Consumidor Cristão, de capacitação para o lojista evangélico, e no Congresso Voe Mais Alto, voltado para o desenvolvimento de liderança.

A sacralização do consumo é outra das características da cultura *gospel* apontadas por Cunha (2007, p. 173-176). A inserção do neopentecostalismo na modernidade faz-se representar pelo sucesso da Teologia da Prosperidade e pelo crescimento do mercado especificamente voltado para os evangélicos. De acordo com o bispo Edir Macedo, “ser cristão é ser filho de Deus e co-herdeiro de Jesus; dono, por herança, de todas as coisas que existem na face da terra” (1993, p. 11). Nessa linha de pensamento, o indivíduo é incentivado a relacionar sua espiritualidade às bênçãos materiais – a prosperidade física e espiritual não é descartada – que podem advir de sua fidelidade nas doações à igreja (dízimos e ofertas), numa espécie de “sociedade com Deus”. Essa tendência pode ser notada no estímulo à prosperidade financeira feito pelos pregadores. A Igreja Universal promove reuniões específicas para empresários, assim como “correntes da prosperidade”. As lideranças neopentecostais enfatizam uma teologia que prevê uma melhoria de vida neste mundo, com o enriquecimento valorizado por ser um “direito” e uma “herança” divina dos fiéis (MESQUITA, 2007).

A Teologia da Prosperidade está ligada à crença na “Confissão Positiva”, um método retórico capaz de “atrair bênçãos”, com origem nos Estados Unidos e que perpassa as obras de líderes religiosos como Caio Fábio e Edir Macedo e as falas de pregadores eletrônicos como Valnice Milhomens, Miguel Ângelo, R. R. Soares e do casal Estevam e Sônia Hernandes.³⁹

De acordo com o *site* Cristianismo Hoje, no início do segundo mandato, o presidente Lula recebeu no Palácio do Planalto um grupo de líderes evangélicos, entre eles, o pastor Ariovaldo Ramos, na época membro do Conselho de Segurança Alimentar da Presidência da República (CONSEA), a cantora Baby do Brasil, pastora do Ministério do Espírito Santo de

³⁹ Norman Vincent Peale foi grande propagador dessa doutrina com o livro *O poder do pensamento positivo* e os pastores Kenneth Hagin e Robert Schüller também difundiram-na no meio cristão. A Confissão Positiva no meio evangélico brasileiro foi estudada por Ricardo Gondim (*O Evangelho da Nova Era. Uma análise e refutação bíblica da chamada Teologia da Prosperidade*. 5ª ed. São Paulo: Abba Press, 1999); Paulo Romeiro (*Supercrentes. O Evangelho segundo Kenneth Hagin, Valnice Milhomens e os profetas da prosperidade*. 6ª ed. São Paulo: Mundo Cristão, 1996); ver também Ricardo Mariano (1999) e Alexandre Fonseca (1998).

Deus em Nome de Jesus, e a apóstola Valnice Milhomens, da Igreja Nacional do Senhor Jesus Cristo.

Não se comenta, na matéria, a histórica rejeição a Lula nos tempos de candidato à presidência, mas ressalta-se o caráter profético da fala de Valnice Milhomens, que teria dito ao presidente: “Tenho jejuado pedindo a Deus que o abençoasse já há alguns anos. E o Senhor me disse que irá abençoar o Brasil através do seu mandato como nunca antes na história dessa nação”. Assim, mesmo o crescimento econômico do Brasil foi sacralizado, pois, para Baby do Brasil, “o Senhor era com o presidente”.⁴⁰

Outro exemplo está no que diz a bispa Sônia Hernandes sobre a prática religiosa: “Segredos, segredos espirituais, de como estar bem com a família, de como ser bem-sucedido nos negócios e de como estar equilibrado interiormente. É isso que a gente passa para você no ‘De Bem Com a Vida’, porque com essa esperança que vem de Deus não tem quem segure a gente!” (Programa *De Bem Com a Vida*, fevereiro de 1997).⁴¹ Alexandre Fonseca (1998) relata uma reunião realizada em 17 de março de 1997, em que Estevam Hernandes, durante os quase 90 minutos em que falou, pediu que a platéia repetisse frases do tipo: “Eu sou líder, eu sou líder em Cristo Jesus”; “profetize sobre sua vida diga: ‘Eu quero ser um líder, a minha empresa será líder, a partir de hoje não aceito nada novo que não seja liderança’”.

Como uma religião da pós-modernidade, o neopentecostalismo assimila técnicas da linguagem de auto-ajuda (com o emprego de termos como “positivo”, “energia”, “equilíbrio”, “poder”) e semelhanças com os ensinamentos de prosperidade do neoesoterismo da Nova Era. Como indica um dos teóricos da Confissão Positiva:

ter uma consciência de prosperidade permite que você atue com facilidade e sem esforço no mundo material. O mundo material é o mundo de Deus, e você é Deus sendo você. Se você está experimentando prazer, liberdade e abundância na sua vida, então você está exprimindo sua verdadeira natureza espiritual. E quanto mais espiritual você se torna, mas prosperidade você merece” (Phil Laut *apud* HEELAS, 1996, p. 21, citado em FONSECA, 1998).

Nesse novo contexto, o mercado evangélico tornou-se um ramo de negócios em crescente expansão no Brasil. Até os anos 1970, esse mercado ocupava-se principalmente com vendas de literatura denominacional, produtos alimentícios e artigos musicais, como hinários e discos da hinologia tradicional. No século XXI, além de atender às expectativas espirituais e de saúde, a variedade de produtos comercializados visa à satisfação das

⁴⁰ “Fé no Brasil”, disponível em <www.cristianismohoje.com.br>. Acesso em 25 mar. 2009.

⁴¹ Citado em Fonseca (1998).

necessidades mais particulares dos fiéis, como vestuário e embelezamento pessoal, e também oferece celulares e um grande número de acessórios. O que tem caracterizado a maior parte dos produtos *gospel* é uso de *slogans* religiosos e versos bíblicos nas embalagens e nos objetos, o que coopera para dar ideia de sacralidade do consumo.

Lançado no mercado em 2008, o refrigerante Leão de Judá Cola é a aposta do empresário Moisés Magalhães para “conquistar cada consumidor no Brasil e no mundo”, conforme diz o *site* da empresa Alfa Gold. “Determinamos em nome do Senhor Jesus dividirmos a história do refrigerante em antes e depois do Leão de Judá Cola”, informa a campanha no produto. A empresa anuncia que “o Espírito Santo já nos confirmou que Ele tem sete mil distribuidores Leão de Judá somente no Brasil” e faz uma citação pouco ortodoxa de um versículo bíblico: “Também conservei em Israel SETE MIL, todos os joelhos que não se dobraram a Baal” (I Reis 19: 18). Entre os Dez Mandamentos do refrigerante descritos no site, o segundo diz: “Amar o próximo: amarmos nossos consumidores como a nós mesmos”, enquanto o décimo sintetiza: “Crescimento Global”.⁴²

A marca de camisetas voltadas para o público cristão “Linho Finíssimo” utiliza como apoio religioso um versículo do livro de Apocalipse (19:8): “pois lhe foi dado vestir-se de linho finíssimo, resplandecente e puro. Porque o linho finíssimo são os atos de justiça dos santos”. A empresa Belttty, que trabalha com camisetas femininas *baby-look*, anuncia em seu *site* que “aqui temos uma equipe preocupada com a Qualidade para sua empresa... louvando e adorando a Deus.” (reticências e iniciais maiúsculas do original).⁴³

A revista especializada *Consumidor Cristão* apresenta uma matéria sobre a espetacular expansão do mercado *gospel*, cujos números ultrapassariam a marca dos 30 milhões em negócios, em que diz: “Afinal, qual é o crente que não dá uma apertadinha no orçamento para poder comprar aquele livro edificante ou o CD abençoado de louvor e adoração que acabou de sair?”.⁴⁴

Observa-se, então, que os produtos recebem uma espécie de “benção” ou “santificação”, o que proporcionaria um status de sagrado ao produto, ao produtor e ao consumidor. Um livro de receitas ensina a fazer os pratos consumidos nos tempos de Jesus. Ilustradas com fotos, as receitas vêm acompanhadas de citações bíblicas. Há chinelos emborrachados que trazem nas tiras e no solado a frase *Jesus é o caminho*. A linha de

⁴² Cf. www.leaodejudacola.com.br. Acesso em 17 nov. 2008.

⁴³ Disponível no *site* www.belttty.com.br. Acesso em 26 mar. 2008.

⁴⁴ Em <<http://www.consumidorcristao.com.br/default.asp?ACT=5&content=16&id=19&mnu=19>>. Acesso em 26 mar. 2008.

cosméticos *Aroma Gospel* anuncia dispor de aromas bíblicos como mirra e sândalo e traz nas embalagens versículos da Bíblia.



Fig. 1 - Anúncio de camisetas da empresa Belttty⁴⁵



Fig. 2 - Produtos *Aroma Gospel*

As estratégias de *marketing* têm sido assimiladas pelos empreendedores do mercado *gospel*. Com o título *Mercado evangélico cresce e atrai capital*,⁴⁶ o periódico *Valor Econômico*, de 03 de agosto de 2005, entrevistou o gerente de *marketing* da Editora Vida, Sérgio Pavarini, que com um jogo de palavras afirmou: “Costumamos dizer que não publicamos auto-ajuda, mas ajuda do alto”. O endereço eletrônico da revista *Consumidor Cristão*⁴⁷ contém uma matéria com “dicas de *marketing*” para os lojistas evangélicos, ou melhor, para empresários do ramo de produtos voltados ao consumidor evangélico. Entre as sugestões da revista, lê-se: “Promoções não se resumem a preço e prazo. Incentive sua equipe de vendas a indicar produtos relacionados às ocasiões”; “Agregue valor ao seu produto relacionando-o com um presente típico da data em voga. Por que não fazer uma venda casada do seu produto com chocolate durante a Páscoa?”; e, “aproveite-se dos clichês. Dias das Mães pede sugestões delicadas, femininas, flores e muito sentimentalismo”. Em outra coluna, com o título “Tudo tem seu valor”, as dicas são de técnicas de venda em efemérides, como “Natal: O valor é o encantamento dos filhos, seu sorriso de alegria ao receber o presente. Os pais são os intermediários e o vendedor apenas o atendente”; ou, “Páscoa: O valor é a amizade, é a alegria de se sentir querido. O comprador é o intermediário e o vendedor um incentivador”.

⁴⁵ Propaganda de produtos Belttty e Aroma Gospel disponíveis nos *sites* oficiais correspondentes.

⁴⁶ Em www.cpl.org.br. Acesso em 27 mar. 2008.

⁴⁷ Em <http://www.consumidorcristao.com.br/default.asp?ACT=5&content=29&id=19&mnu=19>. Acesso em 26 mar. 2008.

Tabela 2 - Perfil do segmento comercial gospel

PERFIL				
EMPRESAS	ESTRELA DA MANHÃ	GRUPO BOM PASTOR	MANANCIAL	NEXT NOVEAU
Tipo de negócio	Produção de adesivos e brindes	Gravadora, editora e rede de lojas	Lojas de artigos evangélicos	Editora e agência de propaganda
Ano de fundação	1992	1971	2000	1995
Sede	São Paulo (SP)	São Paulo (SP)	Vitória (ES)	Vitória (ES)
Nº de funcionários	11	85	10	40
Faturamento bruto anual (R\$)	360 mil	17 milhões	720 mil	1,4 milhão

Fonte: *Pequenas empresas & grandes negócios*. Ed. 230 – março/2008

Wania Mesquita afirma que os bens oferecidos não podem ser considerados meramente como mais um produto oferecido no mercado, e sim como discursos do sagrado “combinados com desejos e necessidades das pessoas das camadas mais desfavorecidas que brotam de uma sociedade e cultura do consumo” (2007, p. 142). Os consumidores não estariam se orientando por uma perspectiva unicamente utilitarista, posto que suas aspirações são eticamente justificadas pela Teologia da Prosperidade, a qual possibilita uma integração da “mensagem pentecostal a um contexto socioeconômico em que os fiéis valorizam a poupança e os investimentos como estratégias de uma ética de consumo”.

Outras visões observam a estreita relação entre o empreendedorismo comercial e as atividades religiosas institucionais:

Enquanto em Weber o protestantismo tradicional liberou o cidadão comum cristão da culpa católica de acumulação privada de capital, aqui os movimentos religiosos emergentes liberaram a acumulação privada de capital através da igreja. A maior ligação entre o espírito empresarial e a organização religiosa seria uma marca dos novos ramos religiosos hoje no Brasil – e na América Latina.⁴⁸

Nesse ponto, Campos entende que a acomodação de crenças neopentecostais dispensa a ética protestante, segundo Max Weber, ligada às origens do capitalismo e à prática de uma poupança ascética, e a teria substituído “por uma *ética de consumo compulsório*” (1997, p.

⁴⁸ Disponível em <<http://www4.fgv.br/cps>>. Acesso em 14 nov. 2008.

176, *grifos do original*). O cristianismo contemporâneo demonstra, por meio do mercado *gospel*, estar inserido na modernidade ao ressignificar as expressões de fé e as relações com o sagrado, perfazendo em suas novas práticas mercadológicas um curso integrado ao contexto sócio-econômico pós-moderno.

2.4 Retomada de práticas mágico-religiosas

As igrejas neopentecostais podem também ser analisadas sob a perspectiva das práticas mágicas e do apelo a fenômenos extáticos observados com frequência em seus cultos. A pregação da cura divina por meio de rituais de exorcismo, as sessões de “descarrego”, “fechamento de corpo”, “retirada de encostos”, aspersão de fiéis com água benta e sal grosso, fazem parte da Guerra Espiritual contra as “forças demoníacas” que obstruem o caminho de sucesso dos indivíduos. Essa perspectiva estimula uma orientação que se assemelha à cosmovisão mágico-religiosa das religiões de apelo popular, sejam estas de origem cristã ou afro-brasileira. O sincretismo é o elo que conjuga tradições aparentemente divergentes, mas que parecem organizadas dentro de um sistema que reúne traços do contexto místico do catolicismo popular e das religiões afro-brasileiras, o que pode ser notado na nomenclatura mística pentecostal que emprega os termos “água abençoada”, “unção”, “corrente da mesa branca”, “fogueira santa” etc. Em virtude desse hibridismo religioso, Ortiz afirma que o neopentecostalismo seria um “protestantismo sincrético” por acomodar procedimentos e rituais característicos de universos religiosos distintos (1980, p. 100).

A sobrevivência de elementos mágicos no neopentecostalismo, porém, o distanciariam ainda mais do protestantismo histórico marcado pelo compromisso com um processo de “desencantamento” ou “desmágicização” do mundo moderno, o que, na visão de Prandi, faria do neopentecostalismo um propagador de uma mensagem religiosa “falsificadora” do protestantismo histórico (1991, p. 188). A magia, assim, torna-se um elemento-chave para a compreensão do fenômeno neopentecostal, muito embora a distinção entre magia e religião encerre em si uma discussão polarizada. Nesse ponto, algumas ideias podem ser trazidas a lume com vistas a uma maior elucidação dessa questão.

Se há uma noção de que não existe diferença essencial entre magia e religião, pois a religião existiria “sob uma forma teórica (representação e explicação do mundo) e sob uma

forma prática (ação mágica e ritual sobre o real)”,⁴⁹ por outro lado há uma compreensão de que a magia é um “conjunto de procedimentos que persegue ‘fins técnicos e utilitários’” que invoca forças sobrenaturais para fazer deles “instrumentos de ação mágica” a fim de atingir seus objetivos (DURKHEIM, 1989, p. 74).

Há, ainda, o pensamento de que a religião é caracterizada pela submissão e serviços à divindade, enquanto a magia é descrita como uma “coerção de Deus”, na medida em que constringe a divindade para que use seus poderes de acordo com as necessidades e utilidades dos seguidores. Assim é a descrição de Max Weber (1991, p. 294), que concorda que a oposição entre magia e religião é fluída e ainda observa que a racionalização tende a abrandar as práticas mágicas diante da religião. Pesquisadores contemporâneos ressaltam a proeminência de um utilitarismo efêmero e individual em relação à religião, o que decerto confere com o tratamento concedido aos objetos de consumo adquiridos numa época de rapidez de uso e desuso dos produtos.

Se enganam os que imaginam que vivemos um momento de grande florescimento religioso, que nega a secularização e leva a sociedade, de novo, a entregar os pontos para o sagrado. A velha religião como fonte de transcendência para a sociedade como um todo foi estilizada, perdeu toda a utilidade. A religião que tomou o seu lugar é uma religião para causas localizadas, reparos específicos (PIERUCCI & PRANDI, 1996, p.273).

A retomada dos procedimentos mágicos do cristianismo medieval, práticas essas que a Reforma Protestante pretendeu abolir, parece, assim, identificar o neopentecostalismo, enquanto denominação que recorre a rituais e práticas místicas de antigas tradições religiosas originalmente opostas, como uma “religião pós-moderna de matriz cristã” (MENDONÇA, 2006, p. 99), pois uma religião tal apresentaria o que Mircea Eliade (1999) designa como uma aproximação da imaginação criativa com culturas consideradas exóticas e tradicionais.

A ideia dualista, e mesmo maniqueísta, da existência de uma relação com o sobrenatural em função dos benefícios pessoais (materiais e espirituais) em vez da busca de conhecimento teórico e objetivo a respeito da divindade, assinala o caráter de anti-intelectualismo que distancia as igrejas neopentecostais da pregação de dogmas e as aproximam de um modelo subjetivista que ressalta o culto emocionalista e mágico ao invés do “culto racional”,⁵⁰ a experiência individual no presente em oposição a uma perspectiva de

⁴⁹ Cf. CARVALHO, 1981, p. 153.

⁵⁰ Referência a Romanos 12:1, onde o apóstolo Paulo escreve que o “sacrifício santo, vivo e agradável a Deus” é o “culto racional”. Sobre o culto bíblico e a integridade da mente, ver DORNELES, 2008, p. 194-197; e CHAEFFER (1974)

consciência teleológica e escatológica e a autonomia do filiado em vez da submissão doutrinária.

2.5 Mídiação da religião

A cultura das mídias pode ser entendida como a existência de um contexto social em que os meios de comunicação marcam as transformações ocorridas no pensamento, no comportamento e nas atividades pessoais e coletivas dos grupos sociais. A mídiação da sociedade refere-se ao processo de hegemonia de uma cultura que se expressa por sons e imagens mediadas por alta tecnologia e tem grande repercussão na vida cotidiana, pois as mídias têm capacidade de fornecer informações políticas e culturais, de representar emoções e idéias e de produzir necessidades de consumo e entretenimento.

As igrejas cristãs, católicas e evangélicas, não descartaram a utilização dos meios de comunicação como veículo de proselitismo religioso e, desde os anos 50 e 60 do século passado, buscaram recursos para divulgar suas mensagens por meio do rádio e da TV. A Igreja Católica, além de ser proprietária de várias emissoras de rádio e televisão, tem espaço televisivo nas manhãs de domingo, quando a TV Cultura e a TV Globo exibem nacionalmente a celebração de missas, e na cobertura de eventos religiosos especiais, como os discursos e viagens do papa e as missas em feriados específicos (Finados, Natal). No ramo evangélico, a Rede Record de rádio e televisão é a maior vitrine da força econômica da Igreja Universal do Reino de Deus, mas ela é somente a ponta mais visível de uma rede comunicacional de vasto alcance territorial e de grande poder de inserção social, em que o progressivo poder financeiro das igrejas pentecostais acelera esse processo de ampliação e mídiação religiosa.

Os pentecostais formam o grupo que apresenta maior grau de inculturação na hegemonia social das mídias. Suas programações buscam seguir o modelo de entretenimento e jornalismo privilegiado pela mídia: as rádios apresentam muita música, sorteios de brindes e breves programas de conteúdo religioso, e as TVs cedem espaço para os telepastores e para programas musicais, filmes e coberturas de eventos religiosos. Mais uma vez, a TV Record representa como nenhuma outra rede evangélica a competição por uma audiência cada vez mais ampla, rendendo-lhe um aumento na quantia arrecadada junto ao mercado publicitário e maior poder de oferecer concorrência e, também, conflitos judiciais e televisivos em que se misturam interesses religiosos, políticos e comerciais.

Na análise da mídia evangélica e sua mediação do consumo, Magali Cunha (2007, p. 144-146) desenvolve algumas características que ilustram as modificações da relação dos evangélicos com as mídias:

- 1) Enquanto os programas pioneiros da mídia evangélica entre os anos 60 e 80 priorizavam as experiências de cura divina e as mensagens de salvação cristã, a programação atual privilegia o entretenimento por meio de filmes bíblicos, shows de música, videoclipes e programas de debates e entrevistas. O conteúdo substitui a ênfase “salvação-milagres-coleta de fundos” pela ênfase na pregação da prosperidade financeira resultante da “sociedade” com Deus e na oferta de respostas religiosas para os males individuais e crises familiares;
- 2) Os programas pioneiros eram centralizados na figura de carismáticos evangelizadores – os telepastores –, enquanto que os programas de hoje valorizam a diversidade de apresentadores e substituem o antigo formato de culto pelo formato de programa de auditório.
- 3) As mídias impressa e de rádio e TV não enfatizam a filiação a uma instituição religiosa ou o estudo doutrinário, mas o cultivo de uma religiosidade autônoma e individualizada mediada pelos veículos de comunicação.

As mudanças na relação entre os evangélicos e as mídias ocorrem paralelamente às mudanças nas formas de divulgação dos conteúdos religiosos, agora perpassados pela mediação tecnológica, pela lógica do mercado e pela dimensão do espetáculo e cujo corolário é a midiatização religiosa. Segundo Cunha, a mídia evangélica não convida à conversão ou divulga uma “Igreja”, mas dirige-se principalmente ao público evangélico, tornando-se mediadora de “uma comunidade de consumidores em que a vinculação religiosa já não é mais o que importa e sim a vivência religiosa e o consumo de bens e de cultura” do universo cristão e do entretenimento permitido (idem, *ibidem*). Esse novo contexto está no centro da cultura *gospel*, em que a midiatização da religiosidade surge como fator de afinidade entre o caráter de espetáculo dos cultos pentecostais e o caráter espetacular das mídias.

A ênfase neopentecostal no emprego de práticas de cura miraculosa e exorcismo, no apelo ao êxtase místico da glossolalia, na retórica avivalista e emocional dos pastores e no

uso da música como fator de liberação do corpo, pode auxiliar no entendimento do caráter espetacular da religião exacerbado nos cultos neopentecostais. Nas palavras de Campos, o pentecostalismo, mais do que o protestantismo histórico, promove no seu culto uma grande proximidade entre religião e espetáculo, o que “provoca situações litúrgicas ambíguas, nas quais não há definição clara entre culto e teatro, espetáculo de auditório e manifestação sagrada, enfim, entre templo e teatro” (1997, p. 68-69).

A repercussão dos evangelistas norte-americanos na televisão foi seguida pelo surgimento de telepastores brasileiros, os quais assimilaram as técnicas da dimensão espetacular na retórica (expressão corporal, emocionalismo), na concentração de multidões em estádios e na passagem do rádio para a TV como meio preferencial de evangelização. No Brasil, essa direção marca a expansão da “Igreja Eletrônica”, termo empregado por Hugo Assman (1986) para descrever o processo de avanço da presença religiosa nas mídias do rádio e da TV na América Latina.

Romildo Ribeiro Soares (R. R. Soares) e Edir Macedo são os principais nomes entre os televangelistas pentecostais brasileiros. Embora ambos fossem líderes da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), no final dos anos 70, o pastor R. R. Soares, cunhado de Edir Macedo, tornou-se fundador e líder da Igreja Internacional da Graça de Deus e detentor da Rede Internacional de Televisão (RIT), que possui oito emissoras e 62 retransmissoras (dados de 2006). Desde 2003 apresenta o programa “Show da Fé” em horário nobre na Rede Bandeirantes, com um contrato estimado em 100 milhões de reais (Cunha, 2007, p. 61). Seu programa investe no formato de culto marcado pela ênfase na cura divina e na possibilidade de prosperidade financeira, deixando espaço para testemunhos das “bênçãos” alcançadas, coleta de ofertas e música.

A Igreja Internacional também é proprietária de emissoras de rádio AM e FM, da Graça Editorial, da gravadora Graça Music, das revistas *Graça* e *Graça Teen* e do portal OnGrace (www.ongrace.com.br). No mercado de DTH (*direct to home*, transmissão de TV via satélite direto para a casa do assinante), a Rádio e Televisão Record S.A. e a Rádio e Televisão Modelo Paulista LTDA possuem duas outorgas. Os líderes religiosos Edir Macedo e R. R. Soares, representantes respectivamente da IURD e Igreja Internacional da Graça de Deus, detém 90% das cotas das empresas e suas esposas, os restantes 10% (CAPARELLI; SANTOS, s/d).

Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus, fez constantes aparições na mídia em 2007 por meio dos lançamentos de sua autobiografia e do canal Record News. A IURD é proprietária da gravadora Line Records, da editora Universal, do jornal *Folha*

Universal (com tiragem de 2,7 milhões de exemplares), de 62 emissoras de rádio no Brasil, da produtora de vídeos Frame, da Construtora Unitec, da seguradora Uni Corretora, da agência de viagens New Tour, das revistas *Ester* e *Plenitude* e do portal Arca Universal (www.arcauniversal.com.br).

Apesar da identificação das emissoras de propriedade da IURD⁵¹ ser dificultada pelo registro de concessões em nomes de pastores e parlamentares da igreja, dados de 2004 apontavam a IURD como proprietária das redes Família, Mulher (com 63 retransmissoras) e Record (com 36 geradoras e 538 retransmissoras).



Fig. 3 - Edir Macedo no evento de lançamento do canal Record News

A Igreja Renascer em Cristo também deve sua expansão ao investimento em mídia, embora sua recente notoriedade deva-se a uma série de denúncias contra seus fundadores, o casal Estevam e Sônia Hernandes, em 2007, e à fama de alguns de seus adeptos, como o jogador de futebol Kaká. Essa igreja é detentora da Rede Gospel de TV, de várias emissoras de rádio, da gravadora Gospel Records, da editora Gamaliel, da revista Gospel e do portal IGospel (www.igospel.com.br). A Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, fundada pelo casal Robson e Maria Lúcia Rodovalho, detém um canal de televisão – TV Gênese –, a rádio Sara Brasil FM, o jornal *Sara Nossa Terra* e a revista *Sara Brasil*.

A ocupação de espaço na mídia se dá, também, por meio de aquisições feitas por empresários e políticos que buscam atuar no lucrativo ramo da mídia evangélica, como o ex-deputado Francisco Silva, proprietário da Rádio Melodia FM/RJ, que ocupa os primeiros lugares nos índices de audiência da capital carioca (SANTANA, 2005, p. 61). O deputado federal do DEM, Arolde de Oliveira (reeleito em 2006 para o sétimo mandato), é proprietário da Rádio 93 FM/RJ (que já se chamou El Shaddai), da maior gravadora *gospel* –a MK

⁵¹ A aquisição da Rede Record pela IURD é um importante exemplo de inserção religiosa na televisão aberta, embora o canal não atue exclusivamente no ramo religioso. Devido à programação comercial há a necessidade de separar as retransmissoras afiliadas pertencentes a empresários que não estão diretamente vinculados à IURD, o que totaliza 18 geradoras e 216 retransmissoras afiliadas à Rede Record, Mulher (duas geradoras e 63 retransmissoras) e Família (5 geradoras e uma retransmissoras). O número de exemplares da *Folha Universal* (de edição semanal) tem superado a tiragem média semanal dos jornais diários *Folha de S. Paulo* (2, 4 milhões) e *O Estado de S. Paulo* (1, 8 milhão). Segundo a versão *online* da *Folha Universal*, os dados do jornal passaram por uma auditoria realizada pela empresa BDO Trevisan entre os dias 17 e 21 de março de 2009.

Publicitá –, da MK Editora, da revista *Enfoque Gospel* e dos portais Elnet (www.elnet.com.br) e MKMusic (www.mkmusic.com.br) – este transmite clipes e novidades do mundo da música evangélica na seção *Conexão Gospel*.⁵²

A aquisição de rádios, TVs, gravadoras e editoras, aliada à manutenção de páginas na internet, auxilia na grande visibilidade atual do neopentecostalismo. Se, por um lado, as grandes redes de comunicação radiofônica ou televisiva fazem a cobertura de uma espécie de Brasil majoritariamente católico, em que os festejos dos dias “santos” e as opiniões eclesiais têm mais espaço, a mídia evangélica dedica-se exclusivamente à cobertura dos eventos das igrejas evangélicas, principalmente aqueles em que ocorre a concentração de multidões em espaços públicos.

Eventos de destaque são a “Marcha pra Jesus”, organizada pela Igreja Renascer, e os “Louvorzões”, organizados por gravadoras ou igrejas. Nesses megaeventos, a dimensão espetacular da religião é realçada pela reunião de milhares de pessoas, pelas apresentações musicais de bandas e cantores evangélicos de maior sucesso em grandes palcos ou trios elétricos, pela intensa promoção na mídia evangélica e nos locais urbanos reservados à propaganda ou não, e pela fixação do evento em suporte digital para venda posterior, como DVDs, ou para visualização gratuita na internet, como no *youtube* ou no *tvgospeltube*.

Com 42 artistas em seu elenco, incluindo contratos artísticos e de distribuição, a Line Records anuncia seu crescimento no setor fonográfico. Segundo Alessandra Lemos, assessora de imprensa da gravadora, o faturamento da empresa, entre janeiro e novembro de 2008, cresceu 156% em relação ao mesmo período do ano de 2007. Como exemplo da boa aceitação de suas produções musicais, ela cita o CD “Compromisso”, do cantor Régis Danese (marido da cantora *gospel* Mara Maravilha), que, em quatro meses (agosto a novembro de 2008) teria vendido duzentas mil cópias, sendo que o primeiro lote desse CD teria se esgotado em apenas três dias, “e a música de trabalho já estava entre as mais pedidas nas rádios antes de seu lançamento oficial” (*O Globo*, 30 nov. 2008, p. 1-2).

Por sua vez, a MK Music possui 40 artistas no elenco, incluindo alguns ganhadores de prêmios como o Troféu Talento e o Grammy Latino. Segundo Arolde de Oliveira, diretor-presidente do grupo MK, novas possibilidades de comercialização e distribuição das produções musicais merecem atenção, como a venda de canções no formato mp3, em suporte

⁵² O programa *Conexão Gospel* foi transmitido inicialmente na TV aberta pela Rede TV e depois pela CNT. Na época dessa pesquisa, o programa estava sendo veiculado apenas em sua versão *online* na internet (www.conexaogospel.com.br).

físico ou pela internet, e a diversificação de pontos de venda dos produtos MK, “encontrados em lojas especializadas, supermercados e lojas de departamentos” (idem, p. 2).

As campanhas de combate à pirataria lembram aos consumidores evangélicos que, mais que um crime, a pirataria é pecado. Diz Arolde de Oliveira:

Lidamos com o elemento fé. E qualquer tipo de crime é sinônimo de pecado, não só um desvio de caráter ou conduta inadequada. [...] Muitos desconhecem ou não entendem o processo de tudo o que é relacionado à produção e comercialização e aos encargos tributários e autorais de uma obra fonográfica. Por isso, usamos todos os canais de mídia aos quais temos acesso para alertar ao consumidor que a pirataria é crime, sim!” (idem, *ibidem*).

Nos anos de 2007 e 2008, a Marcha pra Jesus reuniu cerca de três a quatro milhões de pessoas, apesar da ausência do casal-fundador da Igreja Renascer, retido nos Estados Unidos sob a acusação de porte ilegal de dólares.⁵³

A gravadora Gospel Records, da mesma igreja, promove o “SOS Vida”, em São Paulo, também com a reunião de consagrados artistas evangélicos para um grande público em espaços abertos. A gravadora MK Publicitá reúne seu elenco de artistas para eventos como o “Canta Rio” – a edição de 2006 utilizou o feriado de sete de setembro para marcar o início das comemorações pelo 20º aniversário da gravadora, quando, segundo o *site* oficial do evento (www.cantario.com.br), a cantora Aline Barros “intercedeu pela Cidade Maravilhosa”.

Os espetáculos conhecidos como “Louvorzões” atraem um público de milhares de pessoas quando realizados em espaços abertos, como praças e avenidas. Segundo informação do *site* MK Music, a edição carioca de 2007, realizada na Sexta-Feira da Paixão, reuniu cerca de 200 mil pessoas (*fig. 4.*). As igrejas, por sua vez, utilizam casas de espetáculo seculares ou grandes clubes para a realização do próprio “Louvorzão”, cuja proposta é oferecer algumas horas de entretenimento e também evangelização por meio da “ministração” (as pregações de cantores ou pastores nos cultos e *shows* evangélicos).

⁵³ Estevam e Sônia Hernandes foram presos em 9 de janeiro de 2007 quando entravam nos EUA com US\$ 56,467 mil escondidos em uma bolsa, na capa de uma Bíblia, em um porta-CDs e em uma mala. Pela lei, eles deveriam ter informado, na alfândega, que portavam mais de US\$ 10 mil. Em agosto de 2007, a justiça norte-americana condenou o casal a 140 dias de reclusão, mais cinco meses de prisão domiciliar e dois anos de liberdade condicional, além de 30 mil dólares de multa para cada um, por contrabando de dinheiro e conspiração para contrabando.



Fig. 4 – “Louvorzão” FM 93 (Foto: www.mkmusic.com.br)

Os jovens evangélicos se sentem atraídos pelas tendências culturais promovidas pelos meios de comunicação de massa. Os megaeventos se mostram como oportunidade para a expressão coletiva da fé, mas também para a afirmação de seus gostos culturais e preferências musicais. As letras e os variados estilos musicais parecem não ter tanta importância quanto o ritual comunal que eventos como os “louvorzões” representam. Para Freddi Jr, seria necessário olhar além da semelhança e da previsibilidade melódicas e, também, além das letras teologicamente superficiais, duas das características atribuídas comumente às canções de louvor e adoração.

Tal prática se caracteriza pelo complexo de expressões e não pela mensagem dos textos cantados. Isto se daria na realização das melodias citadas, mas também na forma como tais melodias são praticadas. Poderíamos dizer que o louvorzão transcende o repertório em si, se caracterizando mais como um ritual do que como composições musicais (Freddi Jr., 2002, pp. 177-178).

Na análise dos megaeventos ou megashows, algumas características podem ser verificadas, como:

- *o caráter supradenominacional*: não há proselitismo de uma instituição religiosa, o interesse seria a divulgação dos conteúdos religiosos não importa a confissão pessoal. Assim, o sucesso do evento não está ligado à evangelização, mas à atração de um “entretenimento religioso” de fantástico porte que confirmaria a expansão evangélica e “o sentimento de pertença dos adeptos” (CUNHA, 2007, p. 156);

- *a profissionalização do espetáculo religioso*: os eventos atendem as especificações do *show business*, com eficiente infra-estrutura de *marketing* e tecnologia na pré-produção do evento (publicidade, escolha de datas e locais), na realização ao vivo (cenografia, iluminação, sonorização, equipamentos de filmagem de última geração) e na pós-produção (qualidade de

imagem e som no suporte requerido – CDs, DVDs, e comercialização do produto). O desenvolvimento dos aparatos de reprodução e transmissão midiáticos possibilita a espetacularização das expressões de fé, notadas no emprego dos recursos tecnológicos e na dimensão teatral;

- *a música gospel como atração*: o gênero *gospel*, por ser uma espécie de guarda-chuva musical que abriga quase todos os estilos, atende aos diferentes gostos e expectativas do público. Os megashows, assim como a programação das rádios e TVs, utilizam a música e os artistas como catalisador de atração de público. A postura do público, com gritos, assovios e outras manifestações típicas do fã secular, e a postura cênica dos cantores, com performances e figurinos semelhantes aos *popstars* da mídia, propiciam um resultado final em que parecem convergir o lazer, a emoção religiosa e o mercado.

2.6 Renovação litúrgico-musical

Na asseguarção de novas práticas litúrgicas, o papel da música *gospel* é basilar. Não somente porque a música pode facilitar a busca pelo êxtase espiritual ou por uma atmosfera litúrgica festiva, mas também por sua apropriação pela indústria fonográfica neopentecostal como recurso de sobrevivência mercadológica e propagação do ideário cristão na pós-modernidade.

Na atual configuração do *gospel*, observa-se que os efeitos da pós-modernidade também atingiram a cultura religiosa, neste caso, tendo como ponto de sustentação as novas práticas musicais. A descentralização religiosa ocasiona a incessante abertura de novas igrejas, quase sempre de caráter neopentecostal, cujos líderes, ao perceberem que as igrejas que não adotam o *gospel* se atrofiam, fazem uso dessa ferramenta para conservar os fiéis e buscar novos membros.

No decorrer desse processo, parece ser necessário empregar técnicas seculares de gestão empresarial na divulgação do seu elenco de cantores, valer-se da diversificação de gêneros musicais com vistas a angariar o gosto do público, relativizar as tradições cristãs quanto ao conceito de santidade na aparência física, no vestuário e nos costumes, além de adotar a prosperidade pessoal, a guerra espiritual e o êxtase glossolálico como bandeiras de sua teologia.

Uma visita aos *sites* das gravadoras evangélicas proporciona alguns exemplos da adoção das técnicas do *marketing* moderno. Em uma página virtual da MK Publicitá há uma

propaganda do CD “Os Arrebatados remix 3” onde se lê: “o primeiro [CD] foi um sucesso, o segundo outra benção, o terceiro promete ‘bombar geral’”. Para adquirir os CDs e DVDs anunciados, o virtual comprador é dirigido a uma janela eletrônica que oferece opções de compra em gigantes do mercado via internet, como a Submarino. Ainda no mesmo CD, na faixa 17, “Bonde de Jesus”, ouvem-se os versos: “aqui só dá ‘sangue bom’/ vida santa no altar/ vem, que é tudo de bom/ sem neurose, vem dançar (...) Vem, galera, batidão, já é, tá aí (...)”.⁵⁴ Nota-se que, em conjunto com a linguagem coloquial presente no anúncio e na letra da canção, há uma adoção do modelo contemporâneo de publicidade dirigida aos jovens.

O notável crescimento do campo neopentecostal no Brasil está ligado aos traços da cultura *gospel* e sua visão teológica, mas também está aliada ao desenvolvimento da mídia evangélica no país. Essa mídia é a grande fomentadora de uma “teologia que enfatiza o valor superior do louvor e da adoração no culto” (CUNHA, 2004, p. 117). As conseqüências desse processo podem ser verificadas na modernização tecnológica que acompanha o canto congregacional, na apresentação de danças ou expressões corporais na liturgia, na proeminência das rádios e de outras mídias evangélicas (programas de clipes musicais, revistas) e na divulgação dos artistas *gospel* nos moldes dos artistas da indústria da cultura *pop*.

Os primeiros protestantes brasileiros, convertidos por missionários dos Estados Unidos, mantiveram-se afastados de práticas musicais que de alguma forma estivessem associadas aos cultos das religiões católica e afro-brasileiras. Os estilos musicais identificados como pertencentes à cultura brasileira foram rejeitados e em seu lugar foram ensinados hinos cujo estilo partilhava da cultura musical protestante anglo-saxã. É preciso mencionar também as perseguições, ou o isolamento dado aos evangélicos no meio social, o que os tornava mais arredios, mas também mais congregados às práticas recebidas quando da conversão.

Nessa questão, alguns pesquisadores, como Velasques (1990), entendem que o culto protestante no Brasil estabeleceu-se como resultante da dominação cultural norte-americana e da recusa da cultura brasileira nas práticas musicais dos cultos. Por outro lado, pode-se entender que a adoção da hinódia anglo-saxã e a conseqüente exclusão dos gêneros de música brasileira aconteciam também devido à forte associação da música local com as festas consideradas “pagãs ou profanas” e, também, devido ao distanciamento que os conversos tinham em relação à cultura estrangeira. Isso teria facilitado a designação daquela hinódia como “música sacra”, isto é, “separada” para as atividades do serviço litúrgico, e ainda

⁵⁴ Em <<http://www.mkpublicita.com.br/ConsultaArtista?idArtista=32>>. Acesso em 11 mai. 2007.

separada quanto à divergência de propósito entre os gêneros, um para a “diversão” e outro para a “comunhão espiritual”.

Enquanto que, entre os anos 50 e 60 do século passado, os pentecostais introduziam pequenos cânticos com ritmos e estilos populares brasileiros e, nos anos 60 e 70, aconteciam movimentos de inclusão da música popular brasileira na liturgia protestante, nas décadas de 80 e 90, a explosão *gospel* abriu espaço para a entrada de uma enorme variedade de gêneros musicais, o que parece ser reflexo do caráter de pluralidade estilística da pós-modernidade, em que a justaposição ou a coexistência de muitos estilos musicais leva ao ecletismo de gêneros nos programas musicais das mídias (rádios e TVs).

A diversificação dos estilos na música *gospel* é, mais que uma estratégia de mercado, um mandamento da contemporaneidade, que valoriza a identidade musical local, geralmente composta de gêneros antes considerados “impróprios” (para a liturgia), como o pagode, das bandas Tempero do Mundo, PraGod, Radicais na Fé e Só pra te Abençoar; o baião, das bandas Oxente, Cabras de Cristo e Xote Santo; e *axé-music*, das bandas Dominus, Tambores Remidos e da cantora Jake. O gênero sertanejo, que desde os anos 1960 servia aos músicos pentecostais, recebeu maior aprovação com os sucessos das duplas seculares e passou a empregar o rótulo *country* para designar artistas neopentecostais, como Rayssa & Ravel, Daniel & Samuel e Os Peregrinos.

Dos estilos musicais internacionais ou supranacionais, o rock começou a ser aceito (não sem provocar polêmica nas igrejas) desde os anos 1980, com as precursoras bandas Rebanhão, Katsbarnéa e Oficina G3. No século XXI, o número de grupos de rock e suas variações *pop* ou *metal* continua a crescer: Catedral, Novo Som, Fruto Sagrado, Skymetal, Resgate, Virtud, Livre Arbítrio, Metal Nobre. Abriu-se espaço, também, para estilos como o *hip-hop* – de artistas *gospel* como DJ Alpiste, Mano Reco, Ton Carfi & Jessé, Pregador Luo e Ao Cubo; o *funk* de Adriano Gospel Funk e Cláudia Mel; e o *reggae* de Nengo Vieira e de bandas como Primícia Roots e Raízes do Helói.

As igrejas neopentecostais têm na música *gospel* uma ferramenta de proselitismo que alcança grandes multidões nos megaeventos marcados pelo binômio evangelização-entretenimento, além de tribos urbanas de surfistas, roqueiros e aficionados da cultura *hip-hop* e, ainda, artistas da música popular. De Nelson Ned a Mara Maravilha, de Baby do Brasil a Sula Miranda, de Chris Duran a Sidney Sinay (ex-integrante do grupo Fat Family), os artistas convertidos às igrejas neopentecostais têm em comum um passado de sucesso como artistas seculares e o fato de seguirem praticando os estilos musicais que os consagraram fora do mundo religioso, com a diferença de que as letras abordam temas religiosos. Sula Miranda e

Marcelo Aguiar continuam na trilha melódica das baladas românticas sertanejas, enquanto o pagode ainda é o estilo musical de Salgadinho (ex-Katinguelê) e Waguinho.

Rodolfo Abrantes é um caso singular de artista que se converteu ao cristianismo no auge do sucesso secular, haja vista que muitos dos artistas se convertem quando estão em trajetória descendente em suas carreiras. Apesar da substituição dos temas cantados, seu primeiro projeto pós-conversão – a banda Rodox – dava continuidade ao estilo *hard rock* dos tempos em que era vocalista da banda Raimundos. Em 2007, lançou o CD *Santidade ao Senhor*, pela gravadora Bola Music, braço fonográfico da Igreja Bola de Neve. Embora o rock seja a principal referência estilística, a performance *hardcore* está notadamente suavizada nesse trabalho.

Há situações em que todos os integrantes de um grupo passam pela conversão evangélica e conservam o estilo (visual e musical), mas mudam o nome da banda: esse é caso do grupo de *rap* Produto de Rua que passou a se chamar Os Saqueadores. Outros artistas, como Bezerra da Silva (falecido em 2005), Rodriguinho (ex-Os Travessos) e Catalau, optaram pela conversão ao cristianismo, mas sem abandonar o mercado da música secular.



Fig. 5 - CD *Alegria da Massa* (Pragod)



Fig. 6 - DJ Alpiste (foto: www.rapnacional.com.br)

Se a reprodução de estilos musicais *pop* ouvida no espaço dos cultos e no repertório dos músicos neopentecostais está em avançado processo de consolidação, há ainda autores que observam a ocorrência de um desequilíbrio na fronteira cada vez mais tênue entre o sagrado e o secular, como Dorneles, que considera que

o uso indiferenciado de música popular na renovação litúrgica está provocando uma integração em grande escala entre o cristianismo e a cultura popular. Essa integração fragiliza os limites entre o sagrado, pertencente ao domínio religioso, e o profano, próprio do mundo secular (2008, 117-118).

A premiação denominada “Troféu Talento”, realizada em grandes salas de espetáculo, é concedida aos melhores músicos e álbuns do ano em diversas categorias, semelhante ao que ocorre na indústria fonográfica norte-americana com o *Dove Awards* (prêmio *gospel*) e o *Grammy* (prêmio secular que também premia artistas nas categorias *gospel*), em que a eleição do “melhor” artista confunde-se com o de artista de “maior sucesso” em vendas.⁵⁵

A explosão da renovação litúrgico-musical está acompanhada, segundo Cunha (2004, p. 118), da configuração do espetáculo *gospel* em programa de lazer e da reserva de espaços para entretenimentos dançantes como a “balada *gospel*”, organizada para que o público jovem evangélico não participe das festas dançantes seculares, embora a música ambiente nem sempre esteja distanciada dos modelos *pop* (diferenciada apenas pela letra de caráter religioso) e a cenografia do local, com globos espelhados, luzes coloridas e pouca iluminação, possa lembrar lugares menos “santificados”.

As observações feitas até o momento sugerem que o movimento de renovação musical parece enfatizar o papel da canção popular de massa como:

- fator de sacralização da cultura *pop*: “Estamos resgatando para Deus um veículo de comunicação [o rock] que há muito estava nas mãos do diabo” (BAGGIO, 1997, p. 50);

- fator de legitimação para o discurso da identidade nacional. Maraschin,⁵⁶ que nos anos 1970 era ligado ao movimento da Teologia da Libertação, afirma que “precisamos mostrar a sacralidade maravilhosa do violão, dos tambores, dos pandeiros. Experimentar a beleza do nosso samba, da nossa marcha-rancho, do nosso xaxado” (1996, p. 136);

- fator de busca do êxtase emocionalista e da catarse: “é que na adoração tudo é válido: lágrimas, suspiros, gritos, cânticos, riso [...]”; “nós precisamos descarregar a energia emocional [...] para entrar na presença de Deus” (CORNWALL, 1995, p. 101-102).

Essas propostas perpassam a renovação musical cristã, que se sustenta tanto na sacralização de gêneros musicais nacionais quanto nas tendências musicais populares de massa, estrangeiras ou não, num processo que acompanha a globalização, a diversidade e o pluralismo da sociedade pós-moderna.

De acordo com os estudos feitos nesses primeiros capítulos, pode-se traçar um quadro do contexto musical evangélico e sua integração à cultura da pós-modernidade. Esse quadro

⁵⁵ Ver o *site* www.trofeutalento.com.br

⁵⁶ Nos anos 70, Jaci Maraschin era ligado à Teologia da Libertação e ao movimento da MPB de caráter religioso, cujas canções enfatizavam os gêneros musicais populares brasileiros na adoração protestante.

possibilita uma perspectiva que contempla aspectos das macro-estruturas (religião, pós-modernismo, indústria cultural) relacionados às instâncias menores (adoração, canção, *marketing*). As três colunas estão relacionadas, da esquerda para a direita, às áreas da religião, do contexto sociológico e do mercado global, respectivamente. Nos quadros superiores estão os tópicos relativos a características do pós-modernismo e, nos quadros intermediários, às ações do cristianismo na pós-modernidade. Por fim, nos quadros inferiores, estão relacionados reflexos centrais da interação da música *gospel* com a cultura pós-moderna.

Tabela 3. Interações entre religião, cultura pós-moderna e música gospel



O quadro acima permite traçar conexões entre a crise de uma tradição religiosa musical e a cultura pós-moderna, que valoriza a diversidade cultural e concede maior autonomia ao indivíduo nas esferas social e religiosa. O quadro possibilita, também, a consideração de que os novos conceitos de adoração adotam como referência estilístico-musical os modelos de canção propagados pela indústria fonográfica secular. Esses parâmetros de adoração são reforçados por meio do crescimento dos ministérios de “louvor e adoração”, por meio da profissionalização das estratégias de mercado quanto à difusão de bandas e gravadoras evangélicas e pelo processo de sacralização de músicos e estilos musicais.

A questão da emotividade e da liturgia festiva também pode ser relacionada ao contexto da pós-modernidade. Maffesoli (1987) nota uma ênfase contemporânea na emocionalidade e no cultivo de experiências sensoriais, as quais trariam um reavivamento de práticas místicas pré-modernas. Dessa forma, a proposta da renovação da prática litúrgico-

musical do cristianismo estaria mais ligada ao estímulo das experiências sensoriais e menos centrada no conteúdo doutrinário da fé.

Ao promover essa integração dos padrões da indústria cultural às demandas espirituais dos seus membros, as igrejas cristãs, em especial as carismáticas e neopentecostais, têm aperfeiçoado sua capacidade de comunicabilidade ao adicionar *status* midiático a sua carga simbólica do sagrado. Essa dinâmica se traduz em “uma fusão da aura midiática com a religiosa, ressignificando aspirações do divino, expressas culturalmente, nos fiéis transformados em fãs” (CARRANZA, 2006, p. 79).

A evidência de uma cultura *gospel* reforça a existência de interação entre os padrões de comportamento propagados pela cultura da pós-modernidade e as novas condutas verificadas na religiosidade contemporânea, na qual a música tem participação significativa. No entorno da produção dessas canções, está uma notável indústria fonográfica divulgadora de uma mensagem cristã que tem rompido com tradições e dogmas caros ao protestantismo, o que também parece revelar uma interação neopentecostal com a dinâmica da cultura pós-moderna no que diz respeito ao declínio das hierarquias simbólicas tradicionais e à midiaticização cultural.

Entretanto, algumas perguntas ajudam na compreensão mais abrangente do fenômeno *gospel*: se a canção *gospel* é um veículo para a evangelização, as letras dessas canções estão centradas em que temas? Se o estilo *pop* é “sacralizado” pela letra de cunho religioso, não haveria possibilidade de ocorrer uma dessacralização do conteúdo religioso cristão? Como as músicas e letras da canção *gospel* podem revelar a aproximação do neopentecostalismo da indústria da música *pop*? Os músicos do *gospel* brasileiro ainda demonstram preocupação quanto à nacionalidade original de um estilo musical, ou a escolha do repertório atende às características do mercado fonográfico global?

Essas e outras questões afins serão abordadas na continuação dessa dissertação a partir da descrição do desenvolvimento do *gospel* nos Estados Unidos e sua difusão no Brasil, passando pela análise de trabalhos representativos dos artistas-ministros *gospel*. As candentes questões concernentes à música *gospel* presentes nos dois capítulos iniciais serviram como um primeiro painel das propostas dessa pesquisa que busca apresentar um delineamento mais meticuloso por meio do estudo da canção *gospel*: gêneros, arranjos, letras e melodias, enfim, o que forma o conjunto da “palavra religiosa cantada”.

CAPÍTULO 3

MÚSICA POP E CANÇÃO GOSPEL

“O papa é pop, o papa é pop, o pop não poupa ninguém”. Os versos da canção da banda Engenheiros do Hawai remetem aos processos de massificação mediados pelos canais de comunicação, que conferem visibilidade e reconhecimento em larga escala a um sujeito ou a um objeto e reordenam os sentidos da vida comum.

Em seu estudo historiográfico da música *gospel* nos Estados Unidos, Don Cusic nota que o estilo *gospel* não é imune às influências do universo da música *pop* e que envolve várias formas musicais, do *heavy-metal* ao *light rock*, do *country* ao *jazz*, da *dance music* às canções de adoração (1990, p. 218-219). A música cristã realizada nos Estados Unidos a partir dos anos 1980, e que se convencionou denominar de *Contemporary Christian Music*, encontra um panorama semelhante no universo da música *gospel* produzida no Brasil no tocante ao seu vínculo pentecostal e a sua segmentação musical de acordo com os modelos da indústria da música *pop*.

O termo *gospel* passou a designar um estilo de vida ou uma cultura, a cultura *gospel*, cujas características centrais seriam a entrada do cristianismo na modernidade por meio da sacralização do consumo e da midiaticização dos conteúdos religiosos, a acelerada sacralização de gêneros musicais populares brasileiros e globalizados e a importância concedida ao louvor e à externalização da emoção nas reuniões coletivas.

No segundo capítulo desse trabalho, apresentou-se a estreita relação entre a cosmovisão neopentecostal e a dinâmica da cultura *gospel*, observando-se a aproximação entre o discurso de maior liberdade doutrinária e institucional e as estratégias da mídia neopentecostal.

Neste terceiro capítulo, avança-se o estudo sobre um tema em especial, a assimilação da influência *pop* no terreno musical pentecostal, e as variações desse tema, a saber: as características musicais da música cristã contemporânea, tomando-se como base a difusão do modelo *gospel* norte-americano; a noção de música *pop*; e uma descrição da performance e dos gêneros musicais adotados nas produções da cantora Aline Barros, uma artista representativa do cenário *gospel* no Brasil.

A análise dessas três variações possibilitará a asserção enunciada desde o título dessa

pesquisa: o *gospel* é *pop*. A primeira análise revela como o modelo do *pop gospel* norte-americano é reproduzido, com as devidas adaptações, em terreno brasileiro. A diversificação de gêneros musicais, a justificativa de missão evangelística para o emprego de estilos musicais *pop*, o fator pentecostal de estímulo emocional e a forte industrialização da cultura *gospel* são características de uma música também denominada cristã.

A segunda análise visa à conceituação do termo *pop* ligado à canção moderna, em que os estudos de Simon Frith e Roy Shuker serão importantes na definição de uma terminologia (o *pop*) extremamente flexível e dinâmica, que conjuga música, comportamento e mídia em estreita e híbrida relação.

Com o terceiro e último desdobramento do tema central desse capítulo, apresenta-se uma descrição de estilos musicais, performances, modelos de louvor e adoração, letras e temáticas mais favorecidas, premiações e formato de divulgação de eventos a partir do estudo dos CDs e DVDs de Aline Barros, o que possibilitará relacionar os artistas do *gospel* nacional dentro de um cenário de intensa midiaticização religiosa e contextualização *pop*.

3.1 Gospel: origens e dinâmicas

O que é música *gospel*? É um gênero musical ou uma afluência de estilos diferentes sob o teto da música cristã? Ezra Chitando entende que o *gospel* é uma música que lida com “temas cristãos interpretados por pessoas que se referem a si mesmas como cristãs com a missão de pregar a palavra de Deus através da música” (apud PARSITAU, 2007). A música cristã contemporânea (MCC)⁵⁷ abrange uma extensa gama de estilos de rock e inclui também o *rap*, o *gangsta rap*, o *tecno* e suas variações *ska*, *retro*, industrial. Ainda estão presentes os gêneros latinos, o *reggae* e o *hip hop*, “tudo ‘santificado’ por letras ‘cristãs’” (PREUSS, 2000, p. 305).

De acordo com essas afirmações, o *gospel* não é um gênero musical particular reconhecível por sua forma melódica ou por uma “batida” rítmica específica. A natureza híbrida e dinâmica da música *gospel* tem dificultado uma análise de sua evolução histórica, o que tem gerado problemas nas tentativas de se delinear sua estrutura e desenvolvimento. Há pesquisadores que concordam com a tipologia que aponta quatro subcategorias de música *gospel* (utilizada pela própria indústria de premiações da música cristã, como os prêmios

⁵⁷ Doravante, “música cristã contemporânea” receberá a sigla MCC.

Dove, e secular, como o *Grammy*): tradicional, contemporânea, contemporânea urbana e “inspirational”⁵⁸ (JACKSON, 1995, p. 186). Vale lembrar que essa classificação atende primordialmente aos críticos, pesquisadores e proprietários de gravadoras e lojas que necessitam da distinção ou rotulação de subgêneros da diversidade musical.

Al Hobbs, presidente da Associação de Locutores da *Gospel Music Workshop of America*, define o modelo tradicional como apropriado para ambientar um serviço litúrgico matutino (definição que serviria também para o modelo “inspirational”), o modelo contemporâneo como aquele ouvido tanto nos cultos como nos concertos cristãos, e a subcategoria contemporâneo urbano como um estilo direcionado para pessoas que nunca ouviriam a mensagem/evangelho a não ser pelo rádio ou pela TV (HAYNES, 1992, p. 80).

Outras tipologias substituem a subcategoria “tradicional” pelo modelo “louvor e adoração”, o qual prevê a participação da congregação por meio do canto (COLLINS, 2001, p. 7). Em geral, a subcategoria louvor e adoração refere-se a melodias mais fáceis de memorizar, letras curtas e refrões cantados em longas repetições. Nos Estados Unidos, denominou-se ironicamente esse gênero de *7-eleven* (sete-onze),⁵⁹ com o sentido de sete versos onze vezes repetidos.

No Brasil, os estudos classificam estilos históricos como hinos sacros, cânticos ou corinhos, e gradualmente começa-se a sugerir distinções tipológicas para a variedade estilística e funcional da canção evangélica contemporânea nacional, sendo o *gospel* conceituado como um movimento cultural religioso cuja ponta mais visível é a diversidade musical.⁶⁰

Por sua vez, a indústria fonográfica no Brasil utiliza subcategorias como MPB, louvor [e adoração], *black music*, sertanejo ou *country*, *rap* e *hip hop*, samba e pagode, *pop*, pentecostal.⁶¹ As revistas evangélicas especializadas, como *Show Gospel* e *Up!Gospel*, descrevem uma imensa variedade de artistas cristãos e estilos musicais regionais, nacionais ou globalizados que atuam no campo da evangelização musical neopentecostal.

Uma definição de música *gospel* passa necessariamente pela consolidação do pentecostalismo nos Estados Unidos e pelo surgimento da indústria fonográfica cristã naquele país. Joyce M. Jackson relaciona algumas características do *gospel* dos primeiros anos do

⁵⁸ Em português, “inspirativo”. Devido ao pouco uso do termo em português, optamos pelo emprego da palavra original em inglês.

⁵⁹ *7-Eleven* (seven-eleven) é uma marca multinacional de lojas de conveniência. Fundada em 1927, no Texas (EUA), passou a chamar-se 7-eleven a partir de 1946, em referência ao horário em que essas lojas estavam abertas (das 7 da manhã às 11 da noite).

⁶⁰ Ver DOLGHE, 2007; e, FREDDI JR, 2002.

⁶¹ Ver os sites www.mkmusic.com.br, www.cdgospelstore.com.br, www.gospelgoods.com.br.

século XX que estão claramente identificadas com a oferta de uma liturgia mais livre e informal e com uma ênfase maior na experiência emocional, e não em um conjunto organizado de doutrinas:

- a) Canto antifonal: a conhecida forma musical de chamado-e-resposta que promovia a interação entre o cantor-líder e a congregação (ou um grupo de cantores, como um coral);
- b) Música sem extensão pré-determinada: a improvisação de texto, de melodia e de tempo rítmico fazia com que as canções tivessem uma longa duração, o que frequentemente levava à produção de textos repetitivos espontâneos ou tomados de outros gêneros (canções de trabalho/*work songs*, canções da herança protestante, canções da África Ocidental);
- c) Serviços litúrgicos com liberdade de estruturação, danças, palmas, bater de pés, gritos ou exclamações representavam a continuidade de um culto modelado pelos valores e estéticas da cultura religiosa de matriz africana (JACKSON, 1995, p. 186-187).

Ainda segundo Jackson, o estilo *spiritual* tradicional

“representava uma profunda expressão do desejo e habilidade afro-americanas de demonstrar sua cosmovisão única – sua definição, compreensão e interpretação do mundo ao redor. O mesmo princípio ideológico estava em ação quando eles migraram para os centros urbanos e criaram o idioma gospel” (idem, *ibidem*).

Alguns estudiosos das origens do *gospel* observam a convergência dos textos musicados, que podiam versar quer sobre a libertação espiritual do pecado quer sobre a liberdade civil da escravidão – muitas vezes, uma mesma canção trazia implicitamente uma forte carga de duplo sentido da liberdade desejada pelos escravos convertidos ao cristianismo.

É necessário, também, ressaltar a importância das igrejas pentecostais das comunidades afro-americanas inseridas no movimento “Holliness” (Santidade) na virada do século XIX para o século XX. Don Cusic considera esse movimento religioso como fator-chave para uma compreensão do então nascente *black gospel* (1990, p. 87).

Aqueles cultos das igrejas pentecostais estimulavam a euforia na adoração e a busca do êxtase glossolálico (falar em línguas estranhas), enquanto que, ao mesmo tempo, incentivavam movimentos corporais como bater palmas, saltar e rolar pelo chão e apelavam

para a experiência sensorial e emocional. O difícil acesso à educação formal nas escolas e a brutalização cotidiana da segregação social viriam a impedir o conhecimento bíblico-doutrinário por parte das comunidades afro-americanas bem como reforçavam a continuidade de práticas mágico-religiosas inseridas no contexto do movimento Holliness, o qual estabelecia-se, primordialmente, entre os economicamente menos favorecidos.⁶²

Os cultos eram realizados diariamente e, em geral, aconteciam em pequenos salões com fachadas sem ostentações arquitetônicas. O público mais frequente era formado, principalmente, por mulheres com crianças. Considerando a música “alta, vibrante e cheia de energia”, Don Cusic diz não haver surpresa no fato de que tantos artistas do *pop* (negros ou brancos) tenham assistido às reuniões das igrejas pentecostais das comunidades afro-americanas quando crianças (idem, p. 88).⁶³

As músicas do *black gospel* eram baseadas na tradição dos *negro spirituals*, nos hinos evangelísticos das reuniões campais (*camp meetings*) e nos hinos da dupla de evangelizadores Dwight Moody (1837-1899) e Ira Sankey (1840-1908) – o primeiro, pastor avivalista; o segundo, cantor e compositor. Moody reconhecia o valor da música em seu trabalho de pregação e conversão. Seus sermões de estilo claro e direto encontravam equivalência nas canções de Ira Sankey, um músico que fez do hino evangelístico uma canção popular ao apresentar o formato estrofe-refrão de uma maneira que dava às canções os necessários apelo emocional e facilidade de memorização (CUSIC, 1990, p. 58-59). Nas igrejas pentecostais afro-americanas, esses hinos eram cantados com o acento contemporâneo dos estilos em voga na época, o *jazz* e o *blues*, em particular.

À esfera do movimento Holliness acrescentavam-se novos grupos pentecostais, como as igrejas Sanctified, e denominações batistas não-ortodoxas. No início do movimento, essas igrejas não possuíam instrumentos caros como pianos e órgãos, mas constatava-se o uso de tambores e o cântico de gêneros musicais considerados pela tradição religiosa puritana como pertencentes “ao diabo”. Entrementes, em meados nos anos 1920, a música emocional e envolvente das igrejas pentecostais “estava repleta do imaginário folclórico afro-americano, de linguagem coloquial do cotidiano e de melodias alegres que eram facilmente aprendidas e frequentemente comparadas à música secular” (JACKSON, 1995, p. 189-190).

O nome que talhou as formas finais do *black gospel* é o de Thomas Dorsey (1899-

⁶² Embora oficialmente liberta do regime escravista, a comunidade negra era frequentemente proibida de assentar-se em igrejas cristãs das comunidades brancas e marcadamente racistas. No final do século XIX, as “leis Jim Crow”, sancionadas nos Estados do Sul (EUA), previam uma série de estatutos que “contribuíram para a segregação entre negros e brancos em esferas como educação, transporte, casamento e lazer” (CASHMORE, 2000, p. 286). A dissolução total dessas leis somente ocorreria com o Ato dos Direitos Civis, promulgado em 1964.

⁶³ Entre os artistas pop pode-se elencar: Elvis Presley, James Brown, Ray Charles, Sam Cooke, Jerry Lee Lewis.

1993), compositor, intérprete e editor musical que, após sua conversão, introduziu ritmos de *jazz* e vocalizações do *blues* na igreja, “adicionando letras gospel à tradição do blues” (CUSIC, 1990, p. 91). Dorsey é reconhecido por unificar as vertentes musicais seculares que já adentravam as portas das igrejas no início dos anos 1930, logo após a Grande Depressão econômica de 1929.

Era o período, também, em que *bluesmen* eram contratados para tocar nas igrejas pentecostais. Esse fato é relatado nos depoimentos de Zora Neale Huston, que coletava informações sobre o folclore na Flórida nos anos 1930: “Em Jacksonville há um pianista de jazz. Parte de seu negócio é tocar nas igrejas Sanctified e em festas. Do lado de fora da igreja é difícil determinar em que serviço ele está no momento” (apud LEVINE, 1977, p. 180).

O estilo *black gospel* caracterizava-se musicalmente por sua estrutura de verso-e-refrão, ou forma estrófica, com a harmonia baseada em tríades primárias e acordes de sétima com variações no 3º e no 7º graus que criavam as *blue notes*.⁶⁴ Os quartetos masculinos, que mantinham o estilo *call-and-response* (chamado-resposta), e os grupos mistos davam proeminência às vozes do baixo e do solista, sendo este um tenor reconhecido pelo uso de ornamentação melismática, portamento e *glissandos*.⁶⁵

O movimento Holliness propiciou às comunidades cristãs afro-americanas a oportunidade de expressão de sua própria cultura e de seus valores estéticos “em vez de ser versões negras das igrejas brancas”, apesar do raio de interinfluência de música e performance abranger ambas as igrejas (CUSIC, 1990, p. 92). Por outro lado, a autonomia e o individualismo das igrejas Holliness e Sanctified permitiram as muitas inovações no campo da música *gospel*, mesmo que algumas daquelas inovações causassem certa confusão entre referenciais sagrados e seculares.

O pentecostalismo norte-americano é uma chave para o entendimento da música *gospel*, visto ter sido o berço onde se originou o *gospel* e o espaço litúrgico em que as transições e inovações foram culturalmente expressas. As danças e cantos alegres, gritos e palmas, as expressões físicas durante o louvor acompanhado de instrumentação em alto volume, bem como a aceitação de larga variedade de melodias e estilos musicais caracterizaram a liturgia pentecostal desde seu surgimento.

Um outro sinal distintivo do *gospel* dos primeiros anos do século XX é sua interação com o modelo da indústria musical secular. Naquela época, ainda não se conheciam as

⁶⁴ As *blue notes* consistem em certo desvio descendente na afinação de determinadas notas da escala, como a terça, a quinta e a sétima.

⁶⁵ *Glissando* é o efeito sonoro obtido (com a voz ou em um instrumento) ao saltar-se de uma nota a outra com pouca ou nenhuma distinção dos sons intermediários.

canções *gospel* (*gospel songs*) por esse termo; tais músicas eram denominadas “canções evangelísticas” (*evangelistic songs*).⁶⁶ As grandes campanhas evangelísticas seguiam de cidade em cidade protagonizadas por um carismático pregador e por um grupo de cantores. Homer Rodeheaver (1880-1955), músico-líder da campanha itinerante do renomado evangelista Billy Sunday (1862-1935), revolucionou a parte musical dessas campanhas avivalistas e foi pioneiro no soerguimento da indústria de música *gospel* “com sua combinação de ministério e entretenimento e a criação de uma companhia de gravação e edição independente” (idem, p. 70).

No culto, a parte musical de Rodeheaver durava trinta minutos e funcionava como uma preparação para o sermão de Billy Sunday. As canções eram animadas e de fácil aprendizado, com letras nacionalistas, pró-temperança (anti-álcool) e até influenciadas pela música dos espetáculos de *vaudeville* daquele período, como a canção “De Brewer’s Big Horses”, escrita em um dialeto afro-americano propositalmente estereotipado (idem, p. 73-74).

Como as campanhas evangelísticas não eram realizadas no local do templo, Rodeheaver empregava “ativamente as ferramentas do entretenimento secular” e as estratégias do *show biz* “sem medo de quebrar o decoro do tabernáculo” (idem, p. 74).

Por sua vez, as gravadoras independentes, como a que pertencia a Rodeheaver, começaram a moldar a figura do consumidor evangélico como um segmento do mercado.

“Enquanto as rádios e gravadoras seculares criavam um mercado nacional para seus discos, a música *gospel* passou de uma forma musical separada e identificável (...) para canções que soavam como suas contrapartes pop com uma simples diferença de letras. Homer Rodeheaver foi o primeiro a preencher essa lacuna musical e a estabelecer o comércio da música religiosa imitando a música pop na tentativa de atrair um grande público e apelar tanto para os que estavam dentro ou fora da religião” (idem, p. 75).

O propósito de transmitir o evangelho a todas as pessoas é uma marca do cristianismo evangélico, principalmente. Assim, não surpreende que logo após a primeira transmissão de uma estação de rádio comercial nos Estados Unidos ocorrida em 2 de novembro de 1920, dois meses depois, em 2 de janeiro de 1921, era levada ao ar a primeira transmissão de um serviço religioso. Em 1925, dois estudantes do Moody Bible Institute organizaram o primeiro programa de música *gospel* no rádio, cujo conteúdo restringia-se a hinos tradicionais e números de música clássica.

⁶⁶ Vale lembrar que os termos “*gospel*” e “*evangelistic*” têm significado similar. O primeiro quer dizer “Evangelho” ou “evangélico” e o segundo significa “evangelístico”.

A profissionalização dos grupos musicais, principalmente de quartetos masculinos, seguiu-se ao surgimento de gravadoras e editoras de *song-books* e partituras avulsas e, também, à consolidação do rádio.

Segundo Charles Wolfe (1981), as firmas de publicação, como Stamps-Baxter, Hartford, James D. Vaughn e Stamps Quartet; a tradição de convenções de música, eventos de competição musical entre os grupos e oportunidade de vendas; e o avanço do rádio, foram fatores que fizeram da música *gospel* um mercado à parte. Após o fim da II Guerra Mundial, alguns grupos musicais, como Blackwood Brothers, The Statesmen e Homeland Harmony Quartet, conseguiam viver da renda de apresentações no rádio, das gravações e dos direitos autorais.

No final dos anos 1940, uma nova geração de compositores e intérpretes buscava referências musicais em outros modelos além daqueles das tradicionais convenções e “começaram a incorporar em suas canções ecos da música pop secular” (WOLFE, 1981, p. 77). A harmonia do estilo *country*, o coloquialismo textual e o acompanhamento no estilo *piano boogie* foram algumas das referências inseridas no desenvolvimento da música *gospel* (idem, *ibidem*).

Um medidor confiável da expansão do novo estilo *gospel* e sua maior interação com a indústria fonográfica secular pode ser observado na criação de categorias específicas para a música *gospel* nas páginas da Billboard, o periódico empresarial que fixa a posição semanal dos sucessos do rádio e das vendas de discos em um *ranking*. Também nos anos 1950, a gravadora RCA Victor lançava um primeiro catálogo musical intitulado “Sacred Music”, com a participação do grupo *gospel* Blackwood Brothers e de artistas seculares, como Mario Lanza e Perry Como. Na mesma década, a RCA Victor lançaria uma segunda coleção, desta vez, sob o título “Gospel Music” (idem, p. 78).

Portanto, à medida que a música *gospel* tornava-se um negócio lucrativo, os grupos mostravam-se mais conscientes do teor comercial de suas canções e, logo, “a influência dos sucessos das canções seculares começou a revelar-se nas músicas dos compositores do *gospel*” (CUSIC, 1990, p. 98).

Essa breve retrospectiva histórica demonstra uma singularidade no desenvolvimento da música *gospel*: seu caráter híbrido. A combinação de textos religiosos e música secular é uma tradução de um aspecto comum da herança cultural africana, em cuja cosmovisão não há distinções conceituais entre “sacro” e “secular”. Ambas, música e religião, integravam a totalidade da vida e obedeciam a propósitos variados. Essas características seriam absorvidas pelo incipiente pentecostalismo afro-americano, o qual transladaria a ambivalência

sacro/secular para a esfera tradicional/contemporâneo (WEEKES, 2005).

3.2 Pop: ideias e conceitos

O conceito de música *pop* permanece sem claros limites de definição. Em uma perspectiva musical, “o pop caracteriza-se pelos refrões fáceis de memorizar e pelo amor romântico como tema” e é empregado como termo que se opõe ao rock, evidenciando uma “dicotomia baseada em noções de arte e comércio na música popular” ((SHUKER, 1999, p. 192-193).

A música *pop*, via de regra, é entendida como um produto descartável, cujas letras estariam emolduradas por melodias fáceis e uma produção sem maiores pretensões artísticas. Entretanto, em outra ótica, que privilegia aspectos musicais e extramusicais da música popular, Philip Tagg aponta características como “a natureza da distribuição, o modo de fixação (transmissão oral ou escrita em partitura), existência de teoria musical e estética próprias” (apud VALENTE, 2003, p. 58).

Tomando como base o pensamento de Simon Frith (1998) sobre o mapeamento de um gênero musical, a música *pop* compreende não apenas as *convenções sonoras* que estabelece – seu conjunto de melodia, letra e arranjo –, mas também as *convenções de performance* – o gestual, o visual e as interpretações vocais dos artistas – e as *convenções sócio-mercadoológicas* – a interação entre os produtores musicais, os executivos de uma gravadora, a divulgação midiática e a atuação do público.

Nessa extensa rede de relações sociais, econômicas e culturais estão em trânsito os valores e ideologias dos agentes envolvidos na elaboração do objeto musical e seu compartilhamento público. Evidencia-se, ainda, diferenciados caracteres de produção e consumo na configuração geral do que constitui o *pop*.

A palavra “pop” é empregada, nesses momentos, como parâmetro para a delimitação de gêneros e estilos e a rotulação de produtos dentro do próprio universo pop. (...) Utilizada assim como adjetivo, a palavra pop parece não se referir a um gênero de limites definidos, mas apontar, em geral com um tom depreciativo, para uma qualidade que os produtos possuem em maior ou menor grau. A causa para tal indefinição proviria de uma das marcas mais características do pop, ou seja, sua mutabilidade constante, através da qual ele está sempre incorporando novos elementos e se transformando (CAZÉ, 1997, p. 33).

O conceito de música *pop*, então, foge a uma demarcação formal, haja vista a

possibilidade de qualquer artista/banda ou gênero musical – samba, rock, *reggae*, *calypso* -, ser rotulado como *pop*. A elaboração do artefato musical, a intensa difusão midiática, a atração de grande público, enfim, a cadeia produção-circulação-consumo, são fatores relacionados à música *pop*.

As mídias – TV, rádio, cinema, revistas, internet – exercem o papel de maximizar o raio de divulgação da música *pop*, buscando atingir o maior número de ouvintes. É inegável a forte presença do mercado atuando em conjunto com os artistas e produtores musicais do cenário *pop*. No entanto, a constatação de relações mercadológicas não impede a criação de músicas com alto grau de complexidade e sofisticação artística nem a força do mercado pode ser vista somente como um prejuízo às culturas humanas.

Desse modo, “a estrutura de produção/circulação/consumo das cadeias mediáticas [*sic*]” bem como “o entrelaçamento das inovações tecnológicas às práticas cotidianas” são de fundamental importância “para o entendimento da cultura pop, como, aliás, para o de qualquer manifestação cultural” (JANOTTI JR, 2005, p. 5).

De acordo com Brenda Carranza, ao mergulhar “numa visão positiva do universo contemporâneo, por meio da incorporação de procedimentos do cinema e da publicidade, o pop reelaborou o sentido cotidiano dos objetos” (2005, p. 35). Como uma espécie de força cultural centrífuga, expandindo seu raio de ação sobre os mais diversos estilos de produção musical da indústria fonográfica, a música *pop* não deixaria de exercer influência sobre os modelos de composição e arranjo da canção *gospel*.

No início dos anos 1980, a música cristã norte-americana experimentava uma nova conjugação de evangelismo e cultura *pop*, quando a CCM (*Christian Contemporary Music*) tornava-se a marca de uma indústria geradora de bilhões de dólares, enquanto estilos musicais *pop* de apelo juvenil – *dance*, *tecno*, *hip hop*, *rap* e, ainda, *acid*, *hard*, *punk* e outras variações do rock – recebiam letras de temática religiosa. Cantores de grande sucesso no meio *gospel*, como Amy Grant, Michael W. Smith, Carman e grupos como Petra, superavam o espaço institucional das igrejas e passavam a oferecer “entretenimento cristão”: uma oferta de diversão boa e tranqüila amparada em concertos de gigantesca estrutura de palco, público e publicidade, cuja trilha sonora é o *Gospop*.

Uma aglutinação das palavras “gospel” e “pop”, o *Gospop*, de acordo com Don Cusic, é a “música de muita energia com uma mensagem moral tocada por músicos com uma missão” (1990, p. 199). Essa música é decorrência da pentecostalização da música *pop*, uma proposta de objetivos evangelísticos em que o valor da forma comunicacional estaria determinado pelos fins.

“Músicos com uma missão”: nesse ponto reside a diferença entre o artista secular e o artista *gospel*, pois, ao passo em que este vê a si mesmo como um ministro cuja música está a serviço de Deus, o primeiro se considera um *popstar* a serviço de sua música, de sua arte. A tradicional cosmovisão cristã – viver no mundo, mas não ser do mundo – leva o artista *gospel* a transitar na dualidade *demanda espiritual-comércio musical*. Assim, ele considera sua música “um ministério mais do que um entretenimento, portando uma mensagem que o mundo precisa ouvir, servindo a Deus e não ao homem, representando o ponto de vista de Deus” (idem, p. 219).

Por outro lado, os críticos da MCC entendem que, como houve “pouca possibilidade para a música cristã escapar do processo de industrialização”, o mercado evangélico tem se “modelado na indústria musical secular” (HOWARD; STRECK, 2004, p. 153).

Ancorado em caracteres neopentecostais como a maior liberdade litúrgica, o acentuado proselitismo midiático e a adoção da estética musical *pop*, o modelo “evangelismo-entretenimento” norte-americano aportou com sucesso em vários países do Caribe, da América do Sul, da África e da Ásia.

Como se verá a seguir, a expansão neopentecostal no Brasil foi pavimentada na trilha da renovação musical evangélica, com destaque para o surgimento de cantores de “pop congregacional” e ministérios de louvor e adoração.

3.3 A pentecostalização do pop

Embora a penetração do *gospel* na mídia secular ocorra em menor grau do que a assimilação dos caracteres *pop* pela mídia *gospel*, a abertura de categorias como “Melhor Álbum Gospel” em premiações como o Grammy evidencia a visibilidade social e potencialidade comercial da música cristã contemporânea. Na edição do Grammy Latino 2008, a cantora evangélica Soraya Moraes – também pastora da Igreja do Evangelho Quadrangular em Alphaville (SP) – recebeu os prêmios de “melhor álbum de música cristã em língua espanhola” (*Tengo sed de Ti*), “melhor álbum de música cristã em língua portuguesa” (*Som da Chuva*) e, de forma inédita, ganhou o prêmio de “melhor canção brasileira” (canção “Som da Chuva”). Nesta última categoria, concorreu com astros seculares como Djavan, Vanessa da Matta e Jorge Vercilo.



Fig. 7 - Soraya Moraes com seus troféus do Grammy Latino 2008 (www.gospelmais.com.br)

Músicos, produtores e críticos brasileiros se dividem quanto ao respaldo do Grammy Latino para o Brasil. João Barone, da banda Paralamas do Sucesso, reclama da pouca importância que as gravadoras nacionais dão ao prêmio; Mauro Silveira, crítico musical do jornal *O Dia* e da revista *Isto É*, afirma que a criação de certas categorias do Grammy Latino contribui para o desprestígio de cantores brasileiros em relação ao evento.

De outro lado, o segmento evangélico comemora as premiações específicas para a música *gospel*. Segundo Yakima Damasceno, uma das representantes do Brasil na Academia Internacional de Músicos e Adoradores de Deus (ACIMAD), são patrocinadas viagens de artistas e produtores ao evento e acompanha-se todos os estágios da premiação. Os prêmios são vistos, também, como uma demonstração da “fidelidade de Deus” ao empenho e obediência dos cantores cristãos, como diz Aline Barros, premiada três vezes com o Grammy Latino (www.backstage.com.br, ed. 164, 2008).

No entanto, as estratégias de promoção do cristianismo parecem estar gerando corporativismo no processo de votação das premiações. O processo de premiação de Soraya Moraes no Grammy Latino 2008, surpreendentemente, na categoria de melhor canção brasileira, foi questionado pelo jornal *O Globo*. Segundo a reportagem, nos últimos anos, muitos artistas e produtores brasileiros de música evangélica se inscreveram na LARAS (Latin Academy of Recording Arts & Science), conseguindo assim não só uma categoria própria (Álbum de Música Cristã em Língua Portuguesa) como também peso de voto para emplacar uma indicada e vencedora na categoria de Canção Brasileira, que, nas edições anteriores do prêmio, era exclusiva de artistas da MPB.⁶⁷

Os cantores *gospel* não se consideram artistas, mas “ministros” ou “adoradores”, o que contribui para a sacralização tanto da função que exercem como da música que adotam nos

⁶⁷ Para ser um membro votante da LARAS, é preciso ser originário da América Latina e, na inscrição, enviar seis músicas das quais se tenha participado da gravação (autores, cantores, instrumentistas, arranjadores, técnicos).

cultos e shows.⁶⁸ O surgimento dos “Ministérios de Louvor”, grupos que realizam grandes apresentações em que o estilo musical reúne animadas canções e lentas baladas de letras curtas e repetitivas, está na base da consolidação do louvor congregacional - atividade em que o público é estimulado a cantar junto com os “ministradores” dos momentos de louvor.

A evangelização por meio de prédicas, longas orações (chamadas de “intercessões”) e música é o ponto central de ministérios como Adoração Profética – liderado pela pastora Ludmila Ferber; Paixão, Fogo e Glória – do pastor David Quinlan; Toque no Altar – da Igreja Ministério Apascentar/RJ; e o mais conhecido, Diante do Trono – da pastora e vocalista Ana Paula Valadão. Alguns desses grupos mantêm cursos de treinamento em louvor congregacional ou ministrações em igrejas, como o Diante do Trono e o Clamor das Nações.

A marca de sacralização de canções e de músicos-ministros está exemplificada pelas palavras que divulgam o novo CD do Ministério Trazendo a Arca, em que constariam “composições inspiradas pelo Espírito Santo de Deus e de autoria do Ministério Trazendo a Arca, com diversidade e riqueza musical, tendo um arranjo de cordas muito bem elaborado e uma unção inconfundível”.⁶⁹

Outro sinal de sacralização de canções e de músicos-ministros pode ser encontrado na música de Ana Paula Valadão, líder do Ministério de Louvor Diante do Trono, a qual expressa os formatos de evangelização neopentecostal. A revista *Eclésia* assim define a atuação da cantora e pastora:

No altar ela canta, ora, dança. Em certos momentos, sorri e chora; em outros momentos, saltita e cai de joelhos. A espontaneidade é o complemento perfeito para sua voz afinadíssima. Os espectadores, inebriados, levantam as mãos e deixam as lágrimas escorrerem livremente, numa onda de louvor. (...) Quem assiste às apresentações do Ministério de Louvor Diante do Trono, liderado por ela, tem a sensação de que está, literalmente, na presença do Rei dos reis. Santo dos santos, lugar da adoração, sala do trono (2002, pp. 48-57).

As canções *gospel* são reveladoras dos conteúdos teológicos do neopentecostalismo, em que a guerra espiritual, a cura e os fenômenos extáticos são marcos significativos, embora o êxtase glossolálico e as práticas de exorcismo tenham sido gradativamente abandonados pelas igrejas neopentecostais mais recentes, como a Renascer em Cristo ou a Bola de Neve. Provérbio X e Apocalipse 16 cantam o *rap* “Nova Pátria”, cuja letra aborda a Guerra Espiritual:

⁶⁸ Cf. CUNHA, 2007, p. 108-109; CUSIC, 1990, p. 219.

⁶⁹ Disponível em <<http://www.trazendoarca.com/index>>. Acesso em 27 mar. 2008.

Nova pátria, sente a fúria
Eu bato forte se não cair bato mais forte
Aí, demônio vai precisar de sorte
Queimo o demônio por esporte
(...)
Você vai entender quando o fogo descer
Quando o anjo furioso fizer a guerra santa
Quando a espada de Miguel atravessar sua garganta.

Cassiane, na música “500 Graus”, canta que “vai chover línguas por todos os lados / e desse temporal eu quero sair molhado / Ali no meio o fogo cai / toda enfermidade não resiste e sai / 500 graus de puro fogo santo e poder”. Por sua vez, os títulos de algumas canções da pastora e cantora Ludmila Ferber são emblemáticos: “Unção sem limites”, “Tempo de cura”, “Ouça e tome posse”.

A mídia *gospel*, por meio de programas de rádio e TV, revistas e internet, concede amplo espaço de divulgação às produções musicais. O programa *Conexão Gospel*, da gravadora MK Publicitá, já esteve na grade programação das emissoras RedeTV e CNT, e desde 2007 sua transmissão é veiculada pelo *site* da gravadora (www.mkmusic.com.br). Com apresentação de Marina de Oliveira (cantora e filha do deputado Arolde de Oliveira, proprietário do grupo MK), o programa mimetiza o *VideoShow*, da Rede Globo, ao entrevistar os artistas *gospel* em suas residências, revelar datas de aniversários, divulgar suas agendas e eventos como shows, batismos e casamentos (como o casamento da própria Marina de Oliveira, exibido no *site* www.tvgospeltube.com.br).

Na edição do programa *Conexão Gospel* de 26 de junho de 2008, a cantora Josyanne fala de sua vida pessoal, a apresentadora anuncia o novo CD de Aline Barros e convida o espectador para que “entre também nessa dança” e divulga-se a agenda de cantores e o local onde comprar os CDs dos artistas-ministros. Durante a exibição do videoclipe da balada “Milagres”, da cantora Lizlanne, a apresentadora afirma que “a música fez sucesso nas rádios [evangélicas] espalhadas pelo país”, enquanto o vídeo mostra legendas que descrevem “o testemunho de pessoas que foram edificadas através da canção”.

É notória a sacralização dos trabalhos desses artistas, haja vista que os CDs e DVDs são divulgados como bem-sucedidos, “ungidos” e capazes de “abençoar” a vida dos consumidores.

“Uma noite de adoração, de *cura, milagres*, salvação, celebração ao nosso Deus.

Garanta já o seu ingresso, pois vai ser uma noite abençoada” (grifos nossos). Assim era o convite da cantora e pastora Aline Barros para o show de gravação do DVD *Caminho de Milagres*, distribuído pela MK Music.

No *site* da revista *Palco Gospel*, as resenhas destacam a “levada pop” do cantor David Fantazzini (CD *Tempo de Restituição* – 3R Produções) e da dupla Marquinhos Menezes e Lílian Azevedo (CD *Profetas, Adoradores* – MK Music). Do primeiro, assinala-se que tem “os principais ingredientes: técnica e unção. Com canções voltadas pro pop, mas com levadas pro pentecostal, adoração, rock...”.⁷⁰ Da dupla, comenta-se seu “som bem contemporâneo, com levadas pop/congregacional”.

O modelo garoto-propaganda estaria, também, “a serviço do evangelho”, pois, no *site* oficial da cantora Aline Barros, faz-se referência ao “visual descontraído e jovial da loja Triton [que] vestiu Aline Barros no show que abençoou o povo da cidade de Rio Claro em São Paulo”.⁷¹

A propaganda da grife Sábria Loucura, voltada para “o consumidor jovem cristão, com camisas, calças, cintos, calçados, mochilas e acessórios em geral”, anuncia que seus “estilistas profissionais que atuam no meio cristão e secular” observaram a tendência da moda no Brasil e no mundo, mas preservando os princípios do evangelho.⁷²



Fig. 8 - Aline Barros e a grife Triton (www.alinebarros.com.br)

⁷⁰ Disponível em <www.palcogospel.com.br/dicas>. Acesso em 11 mar. 2008.

⁷¹ Disponível em <www.alinebarros.com.br>. Acesso em 25 out. 2008.

⁷² Disponível em <www.megasom.org/alternativagospel>. Acesso em 16 set. 2007. Os erros de grafia do original foram corrigidos a fim evitar a repetição do uso do termo “sic”.

A interação do neopentecostalismo com as modernas técnicas do marketing se percebe na propaganda da grife Sábia Loucura: “Para se destacar e alavancar bons negócios, a coleção SÁBIA LOUCURA da marca OSPÍCIO será divulgada NACIONALMENTE através dos meios de comunicação necessários para garantir o sucesso da coleção em todo BRASIL!!!” (interjeições e grifos do original).

Admite-se, então, que “para melhorar a comunicação com o jovem cristão”, a marca usa a imagem do cantor PG, escolhido “por ser um grande ícone da adoração em estilo bem jovial e eclético”. A informação de que “Sábia Loucura” é o nome de uma música de grande sucesso composta pelo cantor PG, “que você ouviu no álbum *Adoração*”, é adicionada ao fato de que o cantor será vestido pela marca Ospício e terá seu nome em camisetas e acessórios.

Anuncia-se, ainda, “o lançamento da grife com um mega show do PG encerrando” um desfile que “contará com a presença de vários cantores e artistas do meio gospel, entre outras celebridades do meio cristão”. Por fim, cita-se um verso bíblico, “A sabedoria de Deus é loucura para os homens! I Cor[íntios] 1:25”. Essa propaganda funciona como garantia da cristianização da coleção da moda, ao passo que corrobora a secularização da música evangélica, da qual foi apropriada comercialmente sua simbologia religiosa, e do ícone musical *gospel*, do qual aproveitou-se o potencial de influenciar os hábitos de consumo dos fiéis.

É evidente que a publicidade de instrumentos e equipamentos musicais também faz uso da fama e talento dos artistas *gospel*. A adolescente Priscilla Alcântara, apresentadora do programa infantil *Bom Dia e Cia*, transmitido pelo SBT, é também cantora evangélica e *endorser* da linha de microfones da Leson. Na revista *UpGospel* nº 4, há uma propaganda de página inteira dos violões Giannini, na qual o cantor Kleber Lucas posa com o violão “Giannini série Gospel”. A peça publicitária destaca que o violão GFG 1EL tem um “exclusivo desenho da boca em formato de peixe, símbolo cristão, ressaltando toda religiosidade e beleza desse instrumento único”. Como apelo final, orienta o consumidor para que “diferencie-se louvando com o GFG 1 EL da Giannini e conquiste os fiéis da música”.⁷³

A sociedade ocidental adentra o século XXI cada vez mais estimulada pelo culto à celebridade. Devido à presença avassaladora desse fenômeno na cultura moderna, a indústria fonográfica *gospel* não escapou a sua influência. Assim, embora os jovens conversos abandonem, a princípio, os ídolos da música secular, uma considerável parte daqueles novos

⁷³ “Endorser” é o jargão empregado para designar alguém que recebe patrocínio, em dinheiro ou serviço, para divulgar a marca de uma empresa. A linha de microfones usada pela cantora Priscilla “tem cores vivas com uma pintura especial” (www.priscillaalcantara.com.br). Ver propaganda com o cantor Kleber Lucas na revista *UpGospel* n. 4, ano 1, 2007, p. 5.

fiéis parece apenas ter trocado de ídolos – os seculares pelos cristãos – em face do nível de interesse e devoção com que buscam relacionar-se com os cantores do *gospel* contemporâneo.

No livro *Celebridade* (2008), o sociólogo Chris Rojek discute a possível conexão religião-fã. Sem legitimar tal conexão, mas indicando similaridades, ele demonstra que o contato virtual (via internet) substitui o contato pessoal entre fãs e artistas, sendo que essa mediatização do relacionamento não é obstáculo à amplificação do interesse do fã.

Para Neal Gabler (2000), o culto à celebridade está substituindo a religião organizada e a própria religião tem se adaptado aos novos tempos ao assimilar a cultura do consumo e empregar formas similares de comunicação midiática.⁷⁴

O relacionamento entre “ministros” e “fiéis” segue, por vezes, o padrão de tratamento mútuo entre “ídolos” e “fãs”, como demonstrações de histeria (gritos e assobios durante os shows), oferta de *wallpapers* com fotos de cantores, distribuição de criação de *sites* não-oficiais e comunidades no *orkut* por aficionados dos artistas *gospel*. Um exemplo é a convocação para uma “Tarde de Autógrafos com o Grupo Voices!”, no *site* da gravadora MK Music:

As cantoras estarão lançando o seu mais novo CD pela MK Music, Voices Natal, na loja Godspel do Centro do Rio de Janeiro a partir do meio dia. Você não pode perder! Vai ser uma *festa muito animada e abençoada* com esse ministério que têm *conquistado o Brasil*. A loja fica na rua Primeiro de Março, 8, Centro do Rio. Vá e garanta o seu CD Voices Natal com uma dedicatória do grupo. Esperamos você lá! (*grifos nossos* – Disponível em <www.mkmusic.com.br/consultanoticia>. Acesso em 10 dez. 2008).

As estratégias da indústria neopentecostal objetivam a geração de identificação do ouvinte com o cantor, de forma semelhante ao modo de construção de mecanismos de comunicabilidade pela cultura midiática secular. De acordo com Martín-Barbero (1997), a geração de ferramentas de organização das competências de comunicação de emissores e destinatários é capaz de estabelecer vínculos de identificação e adesão junto ao público-alvo, sendo que, nesse processo, ativa-se a projeção de anseios e desejos e a promoção de sentimentos de felicidade e pertença.

Entre os artifícios gerados na esfera da cultura musical *gospel* está a assimilação de um dos constructos virtuais da fama e do sucesso instituídos pela indústria da cultura *pop* secular: a premiação dos melhores do ano. Assim como o *Dove Awards* emula o *Grammy*

⁷⁴ O livro de Neal Gabler, *Vida, o filme*, é controverso em sua abordagem sistêmica da cultura das mídias. Já a obra de Chris Rojek (2008) não estuda o fã de produtos religiosos, porém, assim como Gabler, analisa similaridades no comportamento entre fanatismo e religião. O que os une é a noção de culto à celebridade. Sobre o assunto, ver REYSEN, (2006), “Secular versus religious fans: are they different?: an empirical examination”.

Awards, prêmios das comunidades musicais *gospel* e secular dos Estados Unidos, respectivamente, o Troféu Talento inspira-se no similar *gospel* norte-americano para distinguir os melhores artistas do ano da música *gospel* brasileira.

O crescimento do mercado musical *gospel* repercutiu na progressiva expansão das proporções da premiação do Troféu Talento, que se tornou evento de referência da música evangélica nacional passando a realizar-se em grandes casas de espetáculo, a atualizar novas categorias de prêmios e a promover uma festa de gala com performances ao vivo dos indicados ao prêmio e sigilo antes do anúncio dos vencedores de cada categoria. Criado em 1996, pela Rede Aleluia, o prêmio passou a contar, também, com a interatividade por meio da participação votante do público por telefone e pela internet (na edição 2008, o *site* do evento teria recebido mais de um milhão e trezentos mil votos para os finalistas das 26 categorias representadas).

Para Samuel Modesto, coordenador do Troféu Talento 2008, a premiação para os melhores da música *gospel* é uma forma de reconhecer “o talento que Deus dá aos adoradores e cantores; é um reconhecimento ministerial e profissional” (*Backstage*, 2008, p. 106).

O regulamento da premiação das últimas edições do Troféu Talento é revelador de uma clivagem ministerial e profissional expressada em termos de entrelaçamento de atividade musical religiosa e mercado produtor. No ato de preenchimento da ficha de votação, o eleitor é orientado a concentrar-se em itens como “destaque na mídia” e “execução de sucessos no ano”. A categoria Cantor do Ano é descrita como o “prêmio concedido ao cantor que alcançou grande destaque na mídia e com a execução de sucessos no ano de 2008”. A mesma orientação deve ser seguida na escolha da “Cantora do ano” e do “Grupo de Louvor”, constando, para o último, a observação de atenção ao item “qualidade técnica reconhecida”.

Quanto às categorias Intérprete Masculino e Feminino, o eleitor deve considerar “os quesitos qualidade vocal, postura corporal, presença de palco e simpatia”. Há também a categoria “Destaque”, em que “devem ser avaliados os critérios de *resultados em vendas, execução musical e destaque na mídia*” (*grifos nossos* - Disponível em www.trofeutalento.com.br. Acesso em 15 jan. 2009).

Os organizadores do Troféu Talento demonstram rapidez de percepção ao introduzir novas categorias de premiação. Das doze categorias previstas na primeira edição, em 1996, saltou-se para vinte e seis prêmios na edição de 2008, passando a incluir as indicações de álbum de *rap* (inclusive *hip hop*), álbum alternativo (concedido às produções de pagode, *reggae*, *funk*, *tecno*, *dance* e eletrônica), álbum de *black music* (estilos *soul music*, R & B, jazz), álbum de rock (em suas diferentes vertentes), álbum de Adoração e Louvor, álbum

pentecostal (o estilo musical, não a denominação religiosa) e álbum *pop* e *pop/rock* (para a “produção musical no estilo pop”).

Foram, ainda, concebidas as categorias de melhor dupla, videoclipe, álbum instrumental, álbum independente, arranjo e *design* gráfico. As produções voltadas ao público infantil também foram privilegiadas pela criação das categorias de melhor álbum e melhor DVD infantis. (Cf. www.trofeutalento.com.br).

O investimento de igrejas em equipamentos de áudio é crescente devido as maiores dimensões arquitetônicas dos templos e o nível de exigência dos fiéis. Algumas igrejas, como a Igreja Batista Nacional de Campinas ou a Igreja Bola de Neve (São Paulo-SP), tornaram-se modelos a serem imitados no tocante à qualidade de som, investimento em áudio e vídeo e consultoria de profissionais especializados.⁷⁵

Com a proliferação das apresentações ao vivo, em espaços fechados ou em logradouros públicos, bandas e solistas também passaram a investir em equipamentos de alta qualidade. A profissionalização do setor é reconhecida na categoria “Álbum ao Vivo”, um prêmio concedido ao CD com gravação ao vivo, embora esse formato de gravação habitualmente seja remixado e alguns canais de voz e instrumentos sejam até mesmo regravados em estúdio posteriormente.

Ao assimilar a meritocracia da indústria fonográfica secular, em que o “melhor” é quem demonstra maior sucesso de vendagem e mais aparições na mídia, as edições do Troféu Talento parecem estimular uma concorrência artística e comercial e um *locus* privilegiado de disputa entre aficionados do gospel. Além disso, várias gravadoras e produtores independentes procuram beneficiar-se dos prêmios recebidos como fator publicitário na divulgação de cantores, CDs e DVDs, orientando o consumidor ao mencionar-se o sucesso do objeto premiado.

A premiação tem esboçado um contorno supradenominacional, em que as diferenciações eclesiais são apagadas e os discursos religiosos são nivelados em prol da hegemonia de um ecumenismo de mercado.

A seleção dos indicados ao prêmio é realizada por meio de pesquisas em igrejas, emissoras de rádio e locais de grandes concentrações, e também junto a distribuidores, lojistas e pela internet. A divulgação e a organização estão a cargo da Rede Aleluia, originária da Igreja Universal do Reino de Deus. No entanto, o ecletismo da seleção e da premiação é orientado pelos nomes, predominantemente pentecostais, de destaque na mídia e pelo sucesso

⁷⁵ Ver *Backstage*, eds. 162, 163 e 167, todas publicadas em 2008.

de um gênero junto ao público. Isso pode explicar a premiação, em 2002, do álbum *As Preferidas do Bispo Macedo vol. 3* como melhor coletânea (o 1º volume já ganhara em 1999 na mesma categoria), e a escolha do disco *Mensageiro da Solidariedade*, do bispo Marcelo Crivella, como CD do ano no Troféu Talento 2001. No ano seguinte, o bispo seria eleito o melhor compositor do *gospel* nacional.

As principais premiações com direito a voto do público (como álbum, música, cantor e cantora do ano) serão, evidentemente, concedidas aos mais notados na mídia, o que não implica baixa qualidade artística dos eleitos. Antes, pode ocorrer uma coincidência entre a inovação musical e as expectativas do público, o que redundaria na trajetória ambivalente do fenômeno artístico-religioso em que as mídias e o público são mutuamente influenciáveis.

Esse fator pode ser observado no processo de consolidação do gênero louvor e adoração neopentecostal. Em 2008, o Ministério de Louvor Trazendo a Arca recebeu os troféus de Música do Ano, pela canção “Marca da Promessa”, Álbum do Ano (*Marca da Promessa*) e Intérprete Masculino para Davi Sacer (empatado com Gilson Campos). Ana Paula Valadão, do Ministério de Louvor Diante do Trono, venceu na categoria Intérprete Feminino. Aline Barros foi eleita Cantora do Ano e seu CD, *Caminho de Milagres*, considerado o melhor álbum ao vivo (nesse disco, Aline segue o modelo louvor e adoração).

O gênero tem vencido nas principais categorias desde 2004, quando o CD ao vivo e o CD do ano foi o álbum *Quero me Apaixonar*, do Diante do Trono. No ano seguinte, o CD e a música do ano foram entregues, respectivamente, ao disco *Esperança* (Diante do Trono) e à canção “Restitui” (Ministério Apascentar de Nova Iguaçu). Em 2006, o Ministério Toque no Altar ganhou o troféu de música e álbum do ano (*Deus de Promessas*).

Portanto, as programações musicais da mídia neopentecostal, as formas de divulgação de eventos religiosos, o surgimento do garoto-propaganda *gospel* e o relacionamento “adoradores-fiéis” similar aos padrões do culto à celebridade são dispositivos acionados pela indústria fonográfica *gospel* e observados no entorno da música cristã contemporânea. Essa música obtém reconhecimento na medida em que representa a estrutura de “uma subcultura evangélica definida não apenas pela crença religiosa, mas também por seus hábitos comerciais” (HOWARD; STRECK, 1999, p. 78).

Uma das ressalvas dirigidas à cultura *gospel* entende que, embora os novos evangélicos pareçam cientes de que, na tentativa de ganhar a atenção do mundo, é preciso tornar-se respeitável aos padrões do mundo, nesse processo de obtenção da respeitabilidade os evangélicos podem facilmente perder seu caráter de distinção.

No artigo “Artistas ou Adoradores” (Revista *Show Gospel*), o pastor e ministro de

louvor Ronaldo Bezerra afirma:

Vivemos dias difíceis em nossas igrejas. Muitos pensam que estamos vivendo um grande avivamento. Na verdade, confundem avivamento com “movimento” ou “animamento”, ou seja, pensam que templos cheios, grandes shows e eventos grandiosos são sinônimos de um grande e poderoso avivamento! Infelizmente, nossas igrejas estão cheias sim... mas de pessoas vazias! Muitos têm trazido para dentro de nossas congregações modelos do mundo, em outras palavras, “saíram do mundo”, mas o mundo não saiu de dentro deles! Na área da música isso é algo visível, pois muitos dos chamados “músicos cristãos” têm trazido a realidade do mundo e a prática secular para dentro de nossas igrejas através de seu comportamento, estilo de vida, conceitos, valores, etc. muitos músicos chamados “cristãos” têm imitado modelos do mundo sem Deus, querem ser conhecidos como “artistas” e “pop stars!”.⁷⁶

Na busca pela compreensão da estética da música *gospel* contemporânea, faz-se necessário entender também a linguagem pela qual os juízos de valor são comunicados e em que conjunturas sócio-culturais eles são apropriados. Há uma ótica de análise que desconsidera as dimensões de hibridez (ou hibridismo) no desenvolvimento da música cristã e a transforma em um bloco monolítico solidificado e insensível às dinâmicas de influência e inovação que ressemantizam e revitalizam a música de uma cultura religiosa. Essa visão é, também, característica de um pensamento essencialista sobre a música popular de massa e ainda atua sobre a música *pop*.

No texto “Style as Homology and Signifying Practice”, Dick Hebdige emprega o conceito de homologia, como articulado por Paul Willis,⁷⁷ para “descrever o ajustamento simbólico entre os valores e estilos de vida de um grupo, sua experiência subjetiva e as formas musicais usadas para expressar ou reforçar seus interesses focais” (1990, p. 46). A noção de homologia introduzida na análise da canção *gospel* contemporânea auxilia na consideração de que as práticas musicais do neopentecostalismo nacional refletem duas características centrais:

- a) Hibridez: a combinação de gêneros musicais seculares com letras religiosas é um corolário histórico da elaboração da canção *gospel*;
- b) Cosmovisão pentecostal: os aspectos de sua religiosidade mais livre comunicam, por meio da música, os novos valores da comunidade evangélica e ressaltam sua visão de mundo.

A análise da estética do *gospel* nacional, sob a ótica da homologia enquanto estilo,

⁷⁶ Revista *Show Gospel*, versão online, ed. 30, s/d. Em <www.showgospel.com.br>. Acesso em 27 out. 2008.

⁷⁷ Cf. WILLIS, Paul. *Profane Culture*. London: Routledge & Kegan Paul, 1978.

pode ser mais bem delineada ao avaliar-se uma representante significativa da música cristã contemporânea brasileira: a cantora e pastora Aline Barros.

3.4 O gospel entre músicas e marcas

Depois do radiopastor e da telepastora, assiste-se a chegada de mais uma modalidade: a “popstora”. É como popstora que Baby do Brasil (ex-Baby Consuelo) se autodefine.⁷⁸ Contudo, no universo *gospel* neopentecostal, somente ela, talvez, se denomine como popstora. Outros cantores não se nomeiam artistas, preferindo o termo adoradores, ou mesmo salvadores. Fernanda Brum, perguntada pelos números de vendagem de discos, diz: “Não conto moedas, penso apenas nas almas que salvei” (*Veja*, 2009, p. 123).

Observa-se, porém, que alguns dos ministros-adoradores têm se utilizado da imagem de sucesso no meio evangélico para promover marcas comerciais, fato que, aparentemente, estaria em contradição com o discurso do “pastoreamento de almas”.

A partir da edição 160, de março de 2008, a revista *Backstage*, além da seção exclusiva sobre os equipamentos de áudio das igrejas (“Som nas Igrejas”), passou a dedicar mais páginas ao mundo *gospel*. Na seção *Boas Novas*, da edição 162, além da agenda dos cantores *gospel* e de resenhas positivas de lançamentos de seus CDs e DVDs, há uma pequena matéria que informa que “as ministrações de Aline passaram a contar com a alta qualidade dos produtos da marca Shure” e divulga os modelos que a cantora utilizará com exclusividade (2008, p. 120). Há, ainda, propagandas de página inteira nas revistas *Igreja* e *Up!Gospel* em que se vê uma foto da cantora no palco e a seguinte legenda: “Aline Barros usa e recomenda os microfones Shure”.

A construção da fama passa obrigatoriamente pelos meios de comunicação de massa. Um dos meios é a veiculação de imagens de determinado cantor ou instrumentista, exibida de modo constante e positivo, capaz de estabelecer relações de afetividade entre o fã e aquele artista, consolidando-o, enfim, como *popstar*. As estruturas da mídia geram mecanismos de glamourização ou vedetização que permitem personalizar figuras emblemáticas que concentram imaginários de felicidade e projeção de aspirações.

A pesquisadora Brenda Carranza avalia que,

se aos mecanismos de projeção e de identificação, de dramaticidade, emotividade e empatia, se soma a promessa de vincular o terreno com o

⁷⁸ Ver entrevista de Baby do Brasil à revista *Isto É* em <www.terra.com.br/istoegente/384>.

divino, o profano com o sagrado, traços religiosos presentes na representação do portador do sagrado, então, a *vedete artística* passa a ser uma *vedete religiosa*. Ao imaginário social que alimenta e sustenta o êxito da personagem 'profana', se soma, qualificando-a, o imaginário religioso, ampliando-se não só as potencialidades mercadológicas, mas, também, as interações culturais expressadas de maneira religiosa (2005, p. 44 – *grifos do original*).

Não se pretende, nessa pesquisa, discutir o grau de sinceridade da fé dos cantores *gospel* nem sua idoneidade na divulgação de mensagens evangélicas. O objetivo é apresentar os formatos de aproximação à lógica de mercado, relacionada ao tratamento pop-midiático dos conteúdos religiosos. Se, por um lado, a lógica de mercado é contestada por estimular o triunfo da força da “grana” que ergue e destrói tradições belas, por outro lado, critica-se na lógica neopentecostal o seu acentuado pragmatismo para alcançar os não-conversos e manter a membresia, se é que o movimentado fluxo religioso contemporâneo ainda possibilita a quantificação de leigos membros de uma igreja.

Um olhar sobre a produção do DVD *Caminhos de Milagres*, de Aline Barros, auxilia na descrição da capacidade neopentecostal de interagir na clivagem adoração-comércio-show. Ao convidar o público para a gravação ao vivo do DVD citado, Aline Barros diz:

uma noite de adoração, de cura, milagres, salvação, celebração ao nosso Deus. Assim será a noite da gravação do DVD Caminho de Milagres no dia 7 de junho, no Maracanãzinho (RJ). Garanta já o seu ingresso, pois vai ser uma noite abençoada, e eu quero, junto com você, declarar um novo tempo na sua vida. Um tempo de milagres, um tempo de bênçãos sobrenaturais da parte de Deus pra sua vida e pra toda a sua casa. [...] Te espero lá! (vídeo disponível no *site* www.alinebarros.com.br. Acesso em 18 out. 2008).

A diretora artística da gravadora MK, Marina de Oliveira, ao falar sobre a gravação do mesmo DVD, anuncia as proporções tecnológicas e musicais do show: “O palco é altamente high-tech com dois telões de 40 metros quadrados”, “na gravação vai acontecer, o que podemos chamar de ‘duelo santo’ de baterias, que está muito legal!”.

A crítica à adoção de modelos de gestão empresarial ou ao ambiente de entretenimento dos megaeventos anunciados pelo mercado *gospel* não consiste na transformação do termo “mercado” em um anátema atemporal. Evidentemente, faz-se necessário o conhecimento técnico para gerenciar pessoas e produtos dentro de qualquer esfera de atuação econômica e/ou religiosa. Ademais, o entretenimento leve proporcionado por esses eventos agrega jovens conversos, promove uma identificação evangélica e confirma valores tradicionais.

Contudo, no processo de personalização e sacralização do produto (o DVD “abençoa”) e dos eventos (“garanta seu ingresso, pois vai ser uma noite abençoada”, “duelo santo” dos instrumentos), a indústria fonográfica *gospel* não parece operar segundo uma weberiana ética

protestante frugal no uso de bens e recursos, mas segue traçando suas estratégias de acordo com a nova ética neopentecostal de consumo, em que os “adoradores” tornam-se celebridades divulgadoras de marcas comerciais seculares e evangélicas e atuam como portadores inquestionáveis da unção e da benção.⁷⁹

A veiculação de uma canção nas cenas de uma telenovela exibida em horário nobre na Rede Globo de Televisão, bem como a publicidade diária do CD *Aline Barros – O Melhor da Música Gospel* (2008) na mesma emissora, contribuiu para a consolidação musical de Aline Barros, cuja carreira se desdobrou de maneira interdenominacional, isto é, capaz de alcançar igrejas católicas, protestantes e pentecostais para além de sua comunidade cristã de origem.

Como engrenagem integrante dos mecanismos culturais e religiosos que orientam a dinâmica da expansão evangélica contemporânea, o modelo Aline Barros representa três aspectos dessa dinâmica: ela é cantora e pastora, unindo as duas pontas mais visíveis do trabalho evangelístico (música e pregação); os conteúdos religiosos de seus álbuns e DVDs agregam os temas da cosmovisão doutrinária pentecostal e refletem a diversificação de público-alvo desejada tanto pela religião quanto pela indústria fonográfica; e a internacionalização de sua carreira espelha o fenômeno do avanço global neopentecostal e carismático.

É notável a mudança de perfil de Aline Barros entre os anos de 2003 e 2007. Enquanto os discos *O Poder do Teu Amor* (2000) e *Fruto de Amor* (2003) são produções gravadas em estúdio, com letras que abrangem uma mais ampla variedade de temas da vida cristã e apresentam maior suavidade no timbre da voz, a partir do CD *Som de Adoradores* (2004) Aline Barros adentra no terreno do estilo “louvor e adoração”. Nessa nova fase, predominam as temáticas da santidade de Deus e da restauração pessoal, as gravações ao vivo, as participações em produções coletivas de remixagens, os duetos com outros líderes de louvor. Nota-se, ainda, a progressiva utilização da imagem da cantora como garota-propaganda ideal para a teologia neopentecostal, para a indústria musical *gospel* e para as empresas seculares que pretendem inserir-se no vasto mercado consumidor evangélico.

⁷⁹ Para Max Weber, o protestante segue o que a Bíblia pede para ele – ser mordomo de Deus; os bens não são próprios, mas de Deus, e ele deve tomar conta deles com fidelidade. Não é o ato de poupar para si, mas o de cuidar bem do que pertence a Deus.

3.5 Aline Barros e a canção pop-religiosa

A mudança do perfil musical de Aline Barros não é radical. Como cantora, não abandonou determinadas formas e conteúdos nem adotou um estilo diametralmente oposto àqueles de seus primeiros álbuns. Pode-se dizer, mais acertadamente, que ela e seus produtores ressaltaram as temáticas comuns já enunciadas em outros trabalhos. Do CD *O Poder do Teu Amor* ao DVD *Caminhos de Milagres* observa-se a reiteração de alguns temas religiosos e a consolidação de um estilo musical *pop* evidenciadas, ainda que minimamente, nas primeiras produções da cantora.

O CD *O Poder do Teu Amor* teve a produção de Ricardo Feghali e Cleberson Horsth (este, também evangélico), ambos conhecidos integrantes do grupo secular Roupas Nova.⁸⁰ O uso massivo de teclados, *samplers* e computadores faz deste CD o mais eletrônico da cantora, sendo que, na faixa *Guarda Tua Fé*, sua voz está bastante modificada eletronicamente. A maior parte do repertório constitui-se de baladas lentas, criadas para inspirar reflexão ao ouvinte. Os temas distribuem-se em:

a) Desejo de restauração: canções como *O Poder do Teu Amor*, *Minha Vida Então Mudou*, *Renova-me Senhor*, *Não Olhes para Trás* e *Recomeçar*, esta última, utilizada sete anos depois como tema de um personagem na telenovela *Duas Caras* (Rede Globo);

b) Adoração e santidade de Deus: as faixas *Santo é o Senhor*, *Ao Único* e *Quero Te Louvar*.

A canção *Santo é o Senhor* traz uma fala de Aline Barros logo na introdução (“Santo é o Teu nome, Senhor/Adoramos a Ti porque Tu és o Deus Todo-Poderoso”). A inflexão dada pela cantora às frases possui o caráter melodramático que marcará as invocações semelhantes de adoração nas produções futuras de Aline.

No CD *Fruto de Amor*, há um direcionamento à temática da exaltação da soberania divina, dessa vez, presente em seis das onze faixas do álbum: *Digno é Deus*, *Bem Mais que Tudo*, *Clame o Nome de Jesus*, *Cantarei desse Amor*, *Não Há Ninguém como Tu*, *A Comunhão da Tua Glória*.

Nas produções musicais que se seguiram, destacam-se três ramos nas produções de Aline Barros: a atuação na área da música evangélica infantil, a dedicação ao ministério de louvor e adoração e a internacionalização da carreira. Os três formatos de divulgação musical e religiosa são apresentados pelos produtores como um conteúdo pop-religioso, ou seja, os

⁸⁰ À exceção da faixa-título, gravada nos Estados Unidos – no New Earth Studio –, todas as faixas do disco foram gravadas no Feghali Estúdio e no Roupas Nova Estúdio.

trabalhos de Aline Barros apresentariam simultaneamente os modelos de “unção” e “modernidade”. Desse modo, a indústria fonográfica *gospel* estabelece um modelo musical que busca dar sentido e relevância aos conteúdos cristãos no mundo contemporâneo, o que demandaria estratégias publicitárias que visam à conciliação de mercado e evangelismo, de cultura *pop* e mensagem evangélica.

O público infantil é o destinatário de produções que, além dos temas cristãos embalados em linguagem infantil, são reveladoras de caracteres do pentecostalismo e da renovação musical *gospel*. No CD *Bom é Ser Criança – vol. 2* (2002), ganhador de um disco de platina entregue pela Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD), há uma canção que denota a aproximação evangélica do cenário político-partidário (na época do lançamento do CD, discutia-se a crise nacional de energia elétrica – o *apagão*):

Xô Apagão (Solange de César / Davison)

É um tal de apaga apaga

É um tal de apagão

Eu também tô ajudando

A iluminar esta nação

(...)

Xô, xô, xô apagão

Eu vou brilhar com a luz de Deus no coração

Outra canção, *A de Aline A de Alegria*, demonstra o vedetismo presente no meio *gospel* ao associar o nome da cantora aos bons sentimentos (infantis ou adultos). Tanto o arranjo da canção quanto o acróstico feito com o nome da artista expressam uma clara influência do modelo de vedetismo musical da apresentadora Xuxa. Diz a própria Aline: “... minhas participações na Xuxa contribuíram muito para o meu crescimento e para abençoar muitas pessoas e a nossa igreja no Brasil”.⁸¹

Essas palavras encontram ressonância no clipe da música *Crer pra Ver*, o qual reúne Xuxa e Aline Barros em um cenário *kitsch* com muito gelo seco e rapazes voando e executando coreografias enquanto a letra da canção aborda a questão do crer na existência de Deus. A música é de autoria de Álvaro Socci e Cláudio Matta, dois compositores habituais dos CDs de Xuxa, e não está gravada em nenhum dos CDs de Aline Barros. A participação

⁸¹ Disponível em <www.evirt.com.br/entrevista/aline>. Acesso em 23 nov. 2008.

de Aline resume-se a repetir, em vocalises agudos, as frases do refrão cantado por Xuxa e a andar de mãos dadas pelo cenário com a apresentadora/cantora.

O encontro das estrelas da televisão e do *gospel* serve aos propósitos da carreira de Xuxa e do ministério de Aline Barros. Para Xuxa, alcança-se o reduto de espectadores evangélicos (aqueles que já assistiam ao programa tiveram, então, uma oficialização quase “institucional”) e minimiza-se os efeitos de um mito que circulava entre os evangélicos, o de que Xuxa teria atingido tamanho sucesso graças a um pacto com o diabo. Para Aline Barros, obtém-se visibilidade no meio secular e oportunidade de alavancar ainda mais sua própria carreira, além de propagar a mensagem cristã que preza em suas canções.

Outra produção dedicada ao público infantil, *Aline Barros e Cia* (dezembro 2005), foi vencedora na categoria “Melhor Álbum de Música Cristã em Língua Portuguesa” do Grammy Latino 2006. Nesse CD, é notória a economia no uso de nomes e símbolos religiosos, o que parece ser a tendência do *gospel* contemporâneo. Nas canções a seguir, a função de algumas letras é simplesmente coreográfica:

Dança do Pingüim (Solange César/Davison)

É assim, assim

Essa é a alegria do Senhor

Dentro de mim.

É assim, assim

Eu vou te ensinar

Como é a dança do pingüim

Sabe o quê que inventaram agora?

Eu sei!

Tá rolando o maior buchicho!

Eu já ouvi!

Olha que esse papo é da hora!

Eu sei!

Festa de esquimó só rola isso!

É assim, assim...

Arraste o pezinho quase levantando vôo,

Batendo as asinhas nesse balanço é que eu vou,

Esquerda e direita. Assim, assim, pra lá e pra cá,

Olha que maneira ninguém vai querer parar

Ou o pop/rock *Pula-Pula* (Silas Junior)

Hoje é dia de brincar

Pular, dançar e cantar

Vai ter festa no parquinho

Com pipoca e guaraná

(...)

Pula, pula, pula, Vem pra nossa turma.

Pula, pula, pula, Com Jesus é mais legal

Em ambas as canções mencionadas, e também no clássico pentecostal *Homenzinho Torto*, as coreografias dançantes estão propostas nas letras, em que os nomes “Senhor” e “Jesus” aparentam ter diminuta importância textual. A intenção parece ser a de criar uma alternativa infantil para a trilha sonora secular dos festejos. Assim, em vez dos *hits* e danças de sucesso da mídia, usam-se as coreografias *gospel*. O articulista Roberto Azevedo, no *site* Supergospel, afirma que a canção *Dança do Pingüim* “não enfatiza nem o conteúdo bíblico nem o conteúdo educativo. Por outro lado, numa festa de aniversário, com certeza é a que mais anima”.⁸²

A pentecostalização de danças e coreografias infantis e a onda do politicamente correto avalizam uma tendência pedagógica discutível: a das revisões dos conteúdos folclóricos, como aqueles das canções de roda. Em tempos pró-ecológicos, a conhecida canção *Atirei o Pau no Gato* é entendida como violenta/agressiva e sofre uma inversão radical em sua letra tradicional, passando para *Não Atire o Pau no Gato*. Na gravação de Aline Barros, a letra é também cristianizada enquanto a melodia original não é alterada.

Não atire o pau no gato, to, to

Porque isso, so, so

Não se faz, faz, faz

Jesus Cristo, to, to

Nos ensina, na, na

A amar, a amar os animais

⁸² Disponível em <www.supergospel.com.br/analise_dvd-alinebarros>. Acesso em 23 nov. 2008.

Amém!

A ação de “cristianizar” a letra de uma tradicional canção do folclore, ou de sucesso midiático, ao mesmo tempo em que se mantém sua melodia secular original não é uma estratégia exclusiva de pentecostais, haja vista as históricas apropriações e ressignificações do repertório popular por parte de católicos e protestantes.

No entanto, à clássica pergunta “Por que o diabo deveria ficar com toda boa música?”, o movimento *gospel* contemporâneo dá a resposta de que todos os ritmos e melodias podem servir à música cristã, desde que as letras sejam “convertidas” e/ou estejam vinculadas ao ministério *gospel*.⁸³ No álbum *Upon This Rock* (1969), considerado o primeiro disco de rock *gospel*, Larry Norman gravou uma canção intitulada *Why Should the Devil Have All the Good Music?* (a pergunta acima, em inglês). Na década de 1970, os pentecostais, e posteriormente os protestantes tradicionais, costumavam cantar uma versão do maior sucesso da cantora francesa Françoise Hardy, *Tous les Garçons et les filles*. Em português, no refrão “cristianizado” cantava-se “Cativar é amar”.

O álbum *Música de Guerra – 1ª Missão*, do *rapper gospel* Pregador Luo, aborda o universo dos lutadores de Vale Tudo, esporte do qual o cantor é também praticante. Dez das faixas do álbum são temas de entradas para os principais lutadores do Brasil, como Vitor Belfort, Maurício Shogun Rua, Rodrigo Minotouro e Cosmo Alexandre. As outras faixas falam de espírito de luta, fé e forma, conceitos que o cantor atribui tanto às artes marciais quanto ao evangelho cristão. De acordo com Luo, “algumas pessoas talvez se escandalizem, mas meu objetivo na verdade é que as pessoas sejam influenciadas e motivadas a lutar e vencer os seus desafios”.

As letras, desse modo, sacralizariam a música (música entendida, aqui, como o componente rítmico-melódico da canção), caracterizando a pluralidade de gêneros musicais como mais uma estratégia de evangelismo. Em entrevista à *Editora Virtual*, Aline Barros corrobora essa interpretação ao afirmar que a diversidade da música *gospel* é “uma forma diferente de se levar a mensagem de Jesus a todas as pessoas” (www.evirt.com.br/entrevista/aline).

Aline Barros & Cia vol. 2 (março 2008) é o passo seguinte da cantora. O álbum possui 15 canções produzidas por Rogério Vieira e agrega uma ampla variedade de estilos, como *reggaeton*, *techno mambo*, frevo, rock, *country* e *pop*, entre outros. A primeira faixa, *Som da*

⁸³ A autoria da pergunta ora é atribuída a Martinho Lutero ora a um dos patriarcas da igreja Holiness.

Alegria, é um pop/rock com *riffs* de guitarras bem destacados e uma “pegada” instrumental, até então, pouco vinculada ao universo infantil cristão. Essa proposta estilística estaria de acordo com a primeira estrofe da canção que diz: “Quero um som diferente de tudo o que já ouvi / Som que mexa e estremeça com toda a Terra”.

A seguir, a letra faz uma analogia do “som diferente” com o “som de Josué”, com o som “da harpa de Davi” e, também, com o “som que tira os meus pés do chão”.⁸⁴ A expressão “tirar o pé do chão”, cuja origem remete às palavras de ordem dos cantores dos trios elétricos para que o público das micaretas comece a pular e dançar, é transladada para o contexto religioso.

A terceira faixa é o funk *Dança do Quaquito*, cuja coreografia é executada nos shows-ministrações de Aline Barros. Por ser um ritmo musical de acentuado teor dinamogênico e, também, por estar em voga nas mídias, o *funk* serve às intenções coreográficas dessa canção. O arranjo dessa canção prefere o *funk melody*, subgênero que apresenta uma linha melódica cantada e está associado ao *funk* de letras bem-comportadas, diferentemente do estilo “batidão” carioca, cujos versos são mais declamados que cantados. A letra evidencia o caráter de informalidade adequado a alguns momentos de descontração dos shows da cantora.

Dança do Quaquito (Beno César/Solange de César)

Ele é artista

Louva ao criador

Ele está “bombando”

Toca até tambor

(...)

Esse é a dança do Quaquito

Vem com esse andar de bambolê

Eu na cintura ele no bico

Quê quê rê quê quê

Outra canção, *Criança de Jesus*, emula o gênero “galope”, bastante ouvido nos shows de axé-music. Enquanto o arranjo da canção segue os modelos de bandas seculares como Asa de Águia ou Chiclete com Banana, os termos religiosos empregados na música parecem servir

⁸⁴ A Bíblia relata que o alarido de instrumentos de sopro e de vozes do povo contribuiu para derrubar os muros da cidade de Jericó (Josué, capítulo 6). Davi era um reconhecido harpista, mesmo antes de ser rei de Israel, e compositor de cânticos e salmos (I Samuel 16: 16-19).

a uma justificativa de traçar coreografias para as crianças do meio evangélico.

Criança de Jesus (Marcelo Bastos)

Criança de Jesus tem energia

Pra gastar

Corre pra cá, corre pra lá

Bate com as mãos

Bate os pés no chão

Pula, pula, pula

Ter Jesus é muito bom

Joga as mãos pro alto

Põe as mãos no chão

Dá uma rodadinha

Ter Jesus é muito bom!

Parte falada:

- *Atenção!*

- *Sim!*

- *Vocês querem louvar?*

- *Sim, senhor!*

- *Vocês tão com sono?*

- *Sim, senhor!*

- *Então eu vou desligar o som...*

- *Não!*

Dança do Nickinho também remete ao estilo das bandas baianas de axé-music, ou axé-pop, ao mesclar elementos de ritmos como oludum, lambada e *dance music* em arranjos *pop* com a letra orientando a coreografia.

E balançando a cabeça, ele chegou

Nickinho uma criança do Senhor

E dando glória, dando glória sem cessar

Dançando, era Nickinho a louvar

Mexendo a cabeça e os braços sem parar

Dando volta, dando volta

Não parava de pular

E mexe pra lá e mexe pra cá

E todas as pessoas começaram a pular

O gênero axé-music é, assim, adotado pelas bandas evangélicas neopentecostais, sendo recontextualizado e passando a designar o que chamam de “louvadeira”. Segundo seus aficionados,

qualquer semelhança com Chiclete com Banana, ou outros grupos de música baiana é mera coincidência, mas para Deus tudo é possível... [a louvadeira é] feita com o intuito de louvar, adorar e pregar o evangelho; assim como todo ritmo, devemos dançar com sabedoria e reverência para Jesus, só ele é digno de louvor e adoração.⁸⁵

A expansão das atividades de Aline Barros, acompanhando o mercado de venda de bens para nascituros e integrada com algumas correntes psicológicas ou neurológicas de que a música faz bem ao bebê, levou à produção do CD *Aline Barros para Bebês* (2008), em que se apresentam versões instrumentais de canções da cantora. No *site* oficial da cantora anuncia-se o CD como a “trilha sonora perfeita para os ouvidos sensíveis do seu bebê” e um “benefício comprovado ao desenvolvimento cognitivo e emocional do bebê” (www.alinebarros.com.br/discografia).

Os álbuns lançados por Aline Barros nos anos 1990, como *Sem Limites* (1995) e *Voz do Coração* (1998), são gravações realizadas em estúdio em que predominam baladas reflexivas e melodramáticas que exploram a versatilidade vocal da cantora. Desde o primeiro CD (gravado aos 19 anos de idade), Aline vem dosando um canto de fortes agudos de soprano em contraste com frases de docilidade vocal e, também, demonstra potência para não submergir vocalmente nas canções em que há maior peso de guitarras e percussão.

Entretanto, a guinada na carreira da cantora ocorreu na esteira do sucesso do Ministério de Louvor Diante do Trono e sua renovação do gênero musical evangélico conhecido como “louvor e adoração”. Diante da expansão desse movimento litúrgico-musical e, ainda, considerando-se seu carisma e habilidade de comunicação com diversos públicos (infantil ou adulto), a carreira de Aline Barros tomou uma nova direção ao lançar produções musicais que têm sido gravadas ao vivo com intensa participação vocal do público e

⁸⁵ Disponível em <http://www.buscamp3.com.br/artists_profile_musicbr.asp?id=7544>. Acesso em 03 maio 2008.

apresentam canções de alto teor emocional, cujas letras falam de “cura” e da “santidade de Deus”.

O Ministério de Louvor Diante do Trono (MLDT) surgiu na Igreja Batista da Lagoinha, uma igreja independente do ramo evangélico pentecostal. Inicialmente, era um grupo musical composto por amigos e membros de uma mesma família cujos integrantes foram paulatinamente tomando carreiras solo, como André Valadão e Nívea Soares. A principal vocalista do MLDT, Ana Paula Valadão Bessa, após uma experiência mística em um congresso evangelístico nos Estados Unidos, em 1997, montou as diretrizes litúrgicas do grupo baseada nos serviços de louvor congregacional e aplicou as linhas musicais baseadas nas produções dos ministérios de louvor internacionais de Darlene Zschech (Hillsong Church, Austrália) e Paul Wilbur (americano, ícone do ministério judaico-messiânico).

As diretrizes litúrgicas do MLDT possuem conteúdo carismático, como a busca imanentista de Deus (procura-se sentir a presença ou ter uma experiência sensível com a divindade) e a presença de fenômenos extáticos, como a glossolalia. Em tais momentos, nota-se o estímulo à transcendência espiritual por meio da alteração da fala, quando a cantora passa da voz embargada a brados e gritos,⁸⁶ da performance física (visível na expressão facial de contrição e no gestual do corpo), e também por meio da repetição prolongada de frases cantadas (nos longos refrões) ou faladas (nas orações de intercessão com um fundo instrumental) e da sugestão de forte concentração (o público fecha os olhos por longos períodos).

Há, também, momentos dedicados às ministrações – pequenos sermões proferidos por um pastor ou pela própria cantora/pastora – e à participação de dançarinos. As turnês de sucesso do MLDT por todo o Brasil influenciaram decisivamente na criação de um número incalculável de grupos de ministério de louvor nas igrejas do país.⁸⁷

Na revista *Igreja*, assegura-se que o Diante do Trono é “o maior fenômeno da música evangélica nacional” e o responsável pela mudança no “comportamento de um expressivo segmento da Igreja brasileira, sobretudo entre os mais jovens”. (*Igreja*, 2006, p. 54). Outra revista, a *Eclésia*, avalia positivamente a “inegável unção” das canções de Ana Paula Valadão e afirma que o MLDT “está trazendo uma nova mentalidade à Igreja brasileira, onde o louvor musical, muito mais do que ocupar importante espaço devocional, representa atitudes diante

⁸⁶ Embora o êxtase religioso através do canto, do corpo e da fala em línguas seja um objetivo de alguns cultos e shows pentecostais, outros termos empregados, como “evasão racional”, “fuga dos níveis imediatos da consciência” ou “transe”, podem enunciar juízos de valor pejorativos.

⁸⁷ No final de 2009, contavam-se 234 grupos ou ministérios de louvor na seção de letras do portal Terra.

de Deus”.⁸⁸

O CD *Som de Adoradores* (2004) sinaliza o redirecionamento na carreira de Aline Barros, voltando-se para o repertório de “louvor e adoração” e modelando as ministrações nos temas da cura e do milagre. No *site* da gravadora AB Records, afirma-se que esse álbum “marca a vida e o ministério da adoradora como o início de um novo tempo!” (www.abrecords.com.br).

O termo “adorador” é empregado no meio *gospel* para referir-se a um cantor/artista evangélico. Outro termo substitutivo é “levita”, uma referência aos levitas bíblicos separados e dedicados ao sacerdócio em tempo integral, sendo que, entre as diversas funções que exerciam estava a música. Magali Cunha aponta a introdução do termo “levita” na cultura *gospel* como um marcador do “reprocessamento da teologia das tradições monárquicas de Jerusalém”, em que se estabelece a noção de levita como alguém *separado* ou *santificado* para atuar enquanto músico e ministro de pessoas ao mesmo tempo em que “descarta-se a tradição levítica do serviço à comunidade e da vida despojada” (2004, p. 186).⁸⁹

Uma análise do CD *Som de Adoradores*, gravação ao vivo de Aline Barros, evidencia a pouca resistência da cantora à expansão do modelo Diante do Trono e comunica a presença de uma temática que enfatiza a experiência sensível com a divindade, a reelaboração da tradição de purificação e santidade do Antigo Testamento e a busca de cura e milagres.

A primeira faixa, *Rei Meu*, começa com as palmas do público acompanhando a banda ritmicamente e, a seguir, Aline, em tom recitativo e dramático, diz “Oh, Tu és o nosso Deus”. A última palavra dessa frase – “Deus” – recebe ênfase e prolongamento na sílaba “De” seguido de um glissando vocal descendente até a metade final “us”. Essa inflexão funciona como uma espécie de marcador invocatório que será repetido em outras canções, sendo visto como sinal de “unção da adoradora”.

Ainda na introdução instrumental, há um solo de guitarra, gritos do público, “aleluias” e, mais uma vez, o agudo ostinato vocal da cantora, que fala: “Celebre o Senhor comigo nessa noite, nesse dia”. A letra da canção reitera a teologia *gospel* de celebração da realeza divina e a intenção de entrega e adoração por parte da cantora.

Rei Meu (Marcus Salles)

Toda Terra está cheia da Tua Glória

⁸⁸ Ver matéria “Uma onda de adoração”. *Eclésia*, São Paulo, n. 78, jun. 2002, p. 48-57.

⁸⁹ Ver matéria “Confusão na Adoração – retrato de nossa época” no *site* www.cristianismocriativo.com.br. A despeito de algumas generalizações ao longo do texto, Nelson Bomilcar aponta a ausência de ações sociais por parte dos “levitas” dos ministérios de louvor em favelas e hospitais.

*Os céus declaram a Tua grandeza, Rei meu e Deus meu
Eu nasci pra Te adorar e o teu nome proclamar
Quero ser um instrumento Teu, Rei meu e Deus meu*

*Deus me chamou, eu disse: Eis-me aqui
Vou Te adorar
O meu prazer é Te servir*

Após cantarem-se todas as estrofes (e o refrão) da canção, há um solo virtuosístico de guitarra e nova repetição do refrão. No final, segue-se um improviso dos instrumentos com viradas de bateria e solos de teclado e guitarra até os compassos em que a cantora encerra a canção com a reiteração de sua inflexão invocatória: “Aleluia, eis-nos aqui Senhor”.

A segunda faixa, *Sonda-me, Usa-me*, de Aline Barros e Ana & Edson Feitosa, apresenta uma letra curta e repetitiva que aborda os temas já enunciados na primeira canção: entrega pessoal e desejo de servir. Com duração superior a seis minutos, essa é uma balada calma, sem solos de guitarra, porém, com ênfase nos sons de teclado e no uso de *backing vocal* (o coro ao fundo).⁹⁰

Provavelmente, o grande sucesso do CD *Quero me Apaixonar*, do MLDT, lançado em 2003, tenha repercutido não apenas na reorientação da carreira de solista de Aline Barros como também sobre a composição de canções para seus álbuns. Além de grande sucesso de vendagem, o CD do Diante do Trono obteve reconhecimento da classe artística *gospel*, haja vista a premiação do Troféu Talento 2004, em que o MLDT venceu em cinco categorias: melhor grupo, cantora (Ana Paula Valadão), CD de louvor e adoração, CD ao vivo e CD do ano.

A terceira faixa do CD de Aline Barros é *Apaixonado*, cuja melodia denota clara influência das alegres baladas das duplas sertanejas de sucesso. Talvez influenciado pelo romantismo das letras do gênero, o padrão do tratamento destinado à figura divina é semelhante ao de enamorados humanos, embora a segunda estrofe da canção, ao mencionar rapidamente a morte de Cristo “naquela cruz”, explicita liricamente o motivo do *apaixonado* (pode-se perguntar se haveria, no uso do termo, uma confusão entre a Paixão de Cristo e a paixão romântica).

⁹⁰ A prolongada duração de algumas canções nas apresentações ao vivo é característica dos ministérios de louvor. No CD *Quero me Apaixonar* (do MLDT), a faixa-título dura 7 minutos e 46 segundos, enquanto as faixas “Quero Tocar-Te” (11:51 minutos) e “Eu Nasci de Novo” (14:23 minutos) são ainda mais longas, apesar da letra de ambas ser bastante curta.

Apaixonado (Kleber Lucas)

Você mudou meu jeito de pensar

Você mudou meu jeito de agir

Me deu sentido

Você está comigo

Vinte e quatro horas, e ainda assim é muito pouco

Refrão:

Apaixonado

Apaixonado

Apaixonado

Por você Senhor estou

Nessa canção, apesar da adoção da afetuosidade das expressões das canções românticas, seu caráter rítmico não emula as baladas lentas e sim as canções sertanejas de rodeio, de maior vivacidade no andamento e na levada instrumental. Durante a música, Aline volta a caracterizar suas inflexões com voz aguda (“levanta uma geração de adoradores por Ti, Senhor”) e há uma prolongada repetição *a capella* do refrão por parte do público ao comando da cantora (“mais uma vez que quero ouvir”). As repetições são levemente disfarçadas por meio do retorno progressivo de cada instrumento e da entrada do coro.

O emprego de expressões românticas, via de regra associadas ao romantismo e paixão de um casal, é transferido para o universo espiritual da intimidade entre Jesus e o adorador, o que parece sinalizar para duas características do pentecostalismo: a orientação imanente na relação divindade/humano e a recontextualização de termos escriturísticos.

Segundo Wolfgang Stefani, as descrições da música do movimento carismático, a partir do século XX, indicam que “o dramático e o sensual foram utilizados deliberadamente para criar uma experiência de envolvimento” (2006, p. 179). O avivamento musical neopentecostal parece intensificar as cargas de dramaticidade e de afetividade sensual (não-sexual) por meio de inflexões vocais nas falas dos “adoradores” sobre fundo instrumental e de apelos emocionados que “intercedem” pelo público e por meio de prolongada repetição de refrões e de letras que visam à criação de atmosfera de intimidade.

David Quinlan, irlandês radicado no Brasil, líder vocal do Ministério Fogo, Paixão e Glória, fala sobre o sentido do termo “apaixonado” e sobre o anseio de intimidade

sobrenatural com Deus:

(...) as canções falam que você pode ser apaixonado por Ele, que você pode viver uma vida separada e irresistível ao lado Dele a ponto de ter experiências com Ele no seu dia-a-dia, onde o Senhor rasga os céus e vem sobre Ti, transforma a sua vida de uma maneira sobrenatural. (*UpGospel*, n.4, ano 1, 2007, p. 32).

A ideia de imanência de caráter dramático e romântico está presente na canção *Amor Extravagante*, em que David Quinlan emprega termos pouco usuais na tradição da música cristã de representação do relacionamento Cristo-fiel, como “amizade íntima” e “embriagante”.

O Seu amor é extravagante,

E a Sua amizade, é tão íntima.

(...)

Sendo levado, por Tua graça estou

E Tua fragrância, é embriagante quando contigo estou.

O Seu amor é extravagante.

(...)

Um lugar para dois, só eu e Você

Meu Amado e eu, só eu e Você.

O repertório *gospel* de Sula Miranda é indicador da noção de imanentismo que orienta as canções do neopentecostalismo. Cantora secular de grande sucesso, após sua conversão, esteve por quatro anos longe dos estúdios de gravação. Em 2007, lançou o CD *Coração de Louvor* com canções cujas melodias remetem ao universo das baladas românticas. Embora perpassado por temas religiosos, o conteúdo das letras está repleto de carregadas expressões romântico-passionais, como na faixa *Bate Forte Coração* (de Marcos Ramos):

O meu amor é todo teu, você me conquistou.

Quando os teus olhos invadiram os meus

Meu coração não suportou

Com o teu jeito todo especial

Me fez abrir o coração

(...)

*Bate forte coração
Um lindo sentimento este amor produz
Pra dizer nesta canção
Que este amor é Jesus*

A combinação espiritualidade-romantismo mostra-se mais acentuada na canção *Pra Sempre Te Amar* (Jailson Duque/Márcio Pinheiro), cuja dualidade torna difuso o objeto amado, se a divindade ou o ser humano comum:

*Lembrar do teu rosto tão lindo
Tua boca sorrindo
Me dizendo, te amo
(...)
Te amo te quero
Só em ti encontro prazer
Teu amor mudou minha vida
E trouxe alegria pro meu viver*

A recontextualização de termos escriturísticos (das Escrituras Sagradas) ocorre, principalmente, em canções que visam deflagrar uma ênfase emocional nas apresentações ao vivo dos ministérios de louvor *gospel*. Na Bíblia, o termo “noiva” é utilizado simbolicamente como “igreja”, ao passo que Cristo é representado como o “noivo”, no que designaria o relacionamento de proximidade entre ambos.⁹¹

A faixa *Casa de Deus* (Aline Barros e Marcelo Manhães), do álbum *Som de Adoradores*, emprega a simbologia teológica noivo-noiva:

*Amado meu, estou aqui e vejo pela fé
O céu se abrir, e o derramar de tudo que Tu és
O amor do Noivo pela Noiva restaurada
Corpo Santo em família*

⁹¹ Em uma interpretação ortodoxa da linguagem escatológica (que estuda as passagens proféticas e simbólicas da Bíblia quanto aos tempos no futuro), Cristo, o Noivo, por ocasião de Sua segunda vinda à Terra, vem buscar os salvos (a Noiva) para a celebração das bodas redentivas no céu (Ver Apocalipse 19:7).

Refrão:

Somos casa de Deus, a morada do Pai

Contra ela nada prevalecerá

Somos um no Senhor, somos povo de Deus

Tua Igreja resplandecerá

A música, de andamento lento, expressa uma placidez desde os compassos iniciais, onde a introdução é tocada por notas esparsas ao violão e alguns sons eletrônicos suaves. A intensidade somente recrudescer após a cantora dizer ao público uma frase acompanhada de bastante inflexão dramática: “Levante suas mãos ao céu e declare que nada prevalecerá contra tua vida”. A resposta da platéia é seguida de mais repetições do refrão e aumento da massa sonora vocal e instrumental até o ponto da música em que há uma redução geral e progressiva de volume. Enquanto a alternância de intensidade parece orientar uma certa condução dos sentimentos do público (que vai da placidez à euforia), as várias repetições do refrão parecem atuar como demonstração da influência da Confissão Positiva e como oportunidade para a afirmação irrestrita da identidade religiosa (na letra: “somos povo de Deus”; “nada prevalecerá” contra a igreja).

Alguns cancionistas *gospel*, porém, reconfiguram a terminologia noivo-noiva para uma relação imediata, e não destacada para um tempo futuro. Há letras que se aproximam da fantasia sensual-romântica, como na canção *O Noivo e a Noiva* (Quinta Gospel):

Como o noivo e a noiva se amam,

Eu te amo Senhor,

Como o noivo e a noiva se abraçam,

Eu te abraço Senhor

Como o noivo e a noiva se tocam,

Eu Te toco Senhor

Vem Minha Noiva, do Ministério Casa de Davi, combina a terminologia bíblica com o jargão passional:

Meu lindo Noivo, Meu lindo Noivo,

Vim Te encontrar, vim Te abraçar,

Meu lindo Noivo, Meu lindo Jesus

A literatura evangélica tem valorizado a idéia de intimidade com Deus com o uso de linguagem romântico-passional, como se nota no livro de Sam Himm desde o título geral, *Beijando a Face de Deus*, aos títulos de capítulos, como “Confortando as Lágrimas de Deus” e “Simplesmente Apaixonar-se por Jesus”, e ainda em sugestões como a seguinte: “Nunca perca a simplicidade de apenas apaixonar-se por Jesus e de simplesmente mandar um grande beijo para Ele” (2003, p. 67).

A 12ª faixa do CD *Som de Adoradores* reforça a busca do imanentismo e do encontro místico que caracterizam o gênero louvor e adoração. Intitulada *Amado da Minh'alma* (David Fernandes/Nicolas), essa canção possui um percurso melódico sem grandes saltos intervalares entre as notas cantadas, e o solo de guitarra, que serve de interlúdio, não apresenta dedilhado veloz. A letra é bem curta, contendo apenas uma estrofe e o refrão, o que acarreta prolongadas repetições.

*Quero tocar o coração do Amado da minh'alma
Ser muito mais que uma voz cantando uma canção
Realizar seus sonhos é o desejo meu*

Refrão:

*Jesus
Quero te adorar com um coração sincero
Jesus
Nome sem igual
Tu és o meu amado*

Logo no início da gravação, Aline fala suavemente: “Queremos te tocar, Senhor”, seguido de um sussurrado “amém, Jesus”, durante a introdução tocada pelo teclado (com som de piano). Cria-se durante toda a música uma atmosfera envolvente cuidadosamente orquestrada por Aline Barros, banda e coro. Contudo, para uma análise mais minuciosa quanto à natureza expressiva do arranjo musical e quanto à performance vocal e gestual da cantora, a gravação dessa mesma música no DVD *Som de Adoradores* pode ser mais adequada.

No DVD, durante a introdução, a cantora pergunta ao público: “Quantos querem tocar o coração do Pai agora nesse momento?” No topo de uma pequena escadaria, Aline

canta quase sempre com uma das mãos erguidas e de olhos fechados. Na primeira vez que entoia a estrofe e o refrão, ela é acompanhada apenas pelo piano, sendo que no refrão os outros instrumentos são discretamente inseridos.

Antes de repetir a canção, Aline convida o público: “Vamos cantar juntos”. Sua dicção soa com docilidade infantil em um registro vocal médio e sem os seus característicos finais de frase prolongados. Os vocalistas que a acompanham entoam em uníssono a repetição da estrofe, enquanto ela, agora com os olhos abertos, canta os versos com olhar distante e gestos teatrais, obtendo a carga dramática necessária para o momento.

No refrão, há uma súbita mudança de registro sonoro. O volume instrumental é maior e Aline começa, então, a falar com o público com a voz em registro mais agudo: “Levante suas mãos e digaaaa” e, na repetição do refrão, “cante comigoooo”.

Um pouco antes do interlúdio instrumental de guitarra, a cantora senta-se nos degraus sem interromper os vocalises, intercalados com sons em *bocca chiusa* (“hum” ou “mmm”) e variações agudas de versos do refrão, e os comandos de voz para o público (“levante suas mãos aos céus”). Após o solo de guitarra, há uma súbita redução do volume sonoro, e a cantora, ao descer os degraus e ficar mais próxima da platéia, passa a conduzir o público na repetição tripla da frase “Tu és o meu amado”. A seguir, a banda retorna com intensidade e os vocais e o público repetem quatro vezes a mesma frase sob a regência vocal de Aline.

Por fim, volta-se a cantar mais uma vez o refrão. Nesse ponto, a cantora abre os braços e olha para o alto. Há uma diminuição no volume dos instrumentos, o arranjo de piano da introdução é retomado e a cantora finaliza a música cantando suavemente, como no início.

Apesar da letra curta, em razão das repetições a canção dura 4 minutos e 35 segundos. Durante esse tempo, o público é levado a experimentar a placidez e a euforia, além de ser estimulado a tomar parte ativa na gravação da música. Na performance de Aline Barros, que, diga-se, não inclui nenhum gesto ou figurino sensacionalista e extravagante, transparece teatralidade (mão estendida, olhar contrito, o assentar-se, o abrir de ambos os braços) e planejamento. É preciso considerar que, muito embora a cantora demonstre-se sensível quanto ao conteúdo das letras, um espetáculo satisfatório demanda ensaios e roteiro de execução. E, ainda, além do retorno financeiro para os produtores e os executivos envolvidos (e também para cantores e músicos), a condução do espetáculo/ministração segue um modelo artístico-litúrgico consagrado pelo sucesso.

Waldo César e Richard Shaull analisaram esse modelo litúrgico e notaram que a música tem a função de preparar o ouvinte para uma espécie de êxtase religioso. O estado de preparação do espírito do público/adorador por meio de canções e regência vocal e gestual é

chamado de “átrio interior”, enquanto o encontro místico da comunidade recebe a denominação de “santíssimo” (1999, p. 80).

Nota-se, outra vez, a reconfiguração da teologia do Antigo Testamento bíblico enunciada anteriormente. Na terminologia do santuário hebraico, o tabernáculo de ofertas e sacrifícios do Israel veterotestamentário designava espaços como pátio ou Átrio interior (onde os sacerdotes levitas exerciam suas funções no processo de expiação pelo pecado), Lugar Santo (onde era proibida a presença do povo e somente entravam os sacerdotes) e Lugar Santíssimo ou Santo dos Santos (onde somente entrava o Sumo Sacerdote e, também, ficava a Arca da Aliança).⁹²

No contexto *gospel*, o Santíssimo é um espaço de encontro místico entre Deus e o indivíduo, local sobrenatural que seria “diante do trono” de Deus. A interpretação teológica neopentecostal, em que diversas interpretações individuais coexistem e se combinam, tem levado ao reprocessamento, em forma cancional e litúrgica, de artigos teológicos do Velho Testamento.

De acordo com César e Shaul (idem, *ibidem*), a renovação musical *gospel* trataria o percurso do átrio (a música) ao santíssimo (o êxtase) como um caminho em que “a pessoa é atingida na mente (a consciência, o espírito) e no corpo (gestos, dança, transes), com efeitos imediatos sobre a comunidade (catarse coletiva)”.⁹³

A canção *Santidade* (Davi Fernandes), sexta faixa do álbum *Som de Adoradores*, traduz essa linguagem nos versos “Quero vestir as roupas da santidade / E mergulhar no santo dos santos”, enquanto os versos da faixa *Aleluia* (Kleber Lucas/Aline Barros) dizem que o Senhor “deu autoridade para entrar no santuário”. Por sua vez, a canção *Correr para Deus* (Emerson Pinheiro) emprega as expressões “fogo consumidor” (que queimava as ofertas sacrificiais no tabernáculo) e “altar”:

Descerá sobre mim, a unção do senhor
Sinto em mim fogo consumidor já arder
Vou pedir, vou buscar
Vou sonhar, conquistar
Derramar minha vida no altar e te adorar

⁹² Ver as passagens dos livros do Êxodo 26, 31-39; e de Hebreus 9:3-4 (Bíblia Sagrada). Cf. *Dicionário Enciclopédico da Bíblia*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

⁹³ Ver também DORNELES, 2008, p. 123-125.

O refrão da faixa *Te adorar é meu prazer* reitera a combinação *gospel* de reprocessamento da monarquia divina e pentecostalização de expressões do *pop* romântico:

Te adorar, Senhor, é o meu prazer

Te entronizar, Senhor, te bendizer

Minha paixão está em ti, meu coração está em ti, Senhor

Um último tema, caro aos pentecostais, é a ideia de cura, prosperidade e milagre imediatos. A própria Aline Barros fala, em entrevistas, sobre o modo instantâneo e miraculoso pelo qual diz ter sido curada de um grave problema nas cordas vocais. Na música *gospel*, essa temática se apresenta nos álbuns de bispas e pastoras, como Ludmila Ferber, cujo CD *Pérolas da Adoração* traz os versos “recebe a cura, recebe a unção” e faixas como *Tempo de Cura e Ouça e Tome Posse*.

O Ministério Toque no Altar canta em *Toda Sorte de Bênçãos*:

Onde eu puser a planta dos meus pés, possuirei

Pois sobre mim há uma promessa

prosperarei, transbordarei.

As atividades eclesiais de Aline Barros, bem como as letras de suas canções, não se vinculam integralmente ao conteúdo da Teologia da Prosperidade e da noção de cura. No entanto, suas palavras de comando durante as músicas dão a entender que ela se insere na ênfase neopentecostal de louvor, adoração e milagres.

Como exemplo, na letra da canção *Águas do Trono*, há uma conciliação entre as expressões do meio *gospel* (cura, sara – no sentido físico) e o significado espiritual da cura (restauração do pecado e pureza de alma).

Águas que curam

Águas que saram

Águas do trono de Deus

Que santificam, que me restauram

Que purificam meu ser.

Contudo, na faixa *Bem Aventurado*, versão da cantora para uma canção do Ministério

Hillsong, Aline balbucia repetidamente a interjeição “oh” com uma carga dramática de contrição. Ela também exclama, com entoação aguda: “Sara essa nação” e diz ao público: “Levante suas mãos e comece a declarar e a profetizar sobre essa nação”. A longa duração (6:04 minutos), as várias repetições do refrão e as “intercessões” pelo Brasil fazem desse trabalho de Aline Barros um expoente do gênero louvor e adoração.

O Ministério de Louvor Diante do Trono já lançou produções que visavam à mediação espiritual pelas mazelas do país: *Brasil Diante do Trono vol. 1* (2001), *Nos Braços do Pai* (2002, gravado em frente ao Congresso Nacional, em Brasília) e *Por Amor de Ti, ó Brasil* (2006), todos gravados ao vivo, são alguns exemplos.⁹⁴

No *site* Geracaodt (Geração Diante do Trono), Ricardo Régener descreve, com o entusiasmo de participante, os momentos “espontâneos” em que Ana Paula e André Valadão “falam em línguas”, choram e intercedem pelo Rio de Janeiro em apresentação no Sambódromo:

Após o “carro-chefe” do Diante do Trono, Ana Paula se ajoelhou e compartilhou sobre uma canção que o Senhor a deu quando ela tinha 19 anos de idade. Mesmo com toda a cobertura espiritual, ela se sentia perdida. Foi então, que prostrada em seu quarto, ela cantou “Manancial”. No meio da canção, houve um espontâneo lindíssimo, clamando por restauração. O Pr. André ministrou sobre toda a Apoteose: “Eu te farei como um jardim fechado ... te restaurarei para o meu louvor”. Ao término da canção, o Pr. André começou a chorar e a falar em “línguas”, e então, começou a profetizar: “Muitos têm te abandonado, Rio de Janeiro! Muitos têm te abandonado! Mas eu jamais te abandonei! Você é a menina dos meus olhos!”. Houve um derramar sem igual! (...) O sambódromo ferveu de vez; o povo falava em línguas, chorava, profetizava. O céu desceu completamente; a unção de Deus destilava pela passarela do samba. Se ainda havia algum demônio ali, com certeza estava caído no chão, de tanto óleo naquele lugar. E o Pr. André voltou a ministrar o refrão da canção na pessoa do Senhor. O Pr. André então mandou que todos impusessem as mãos (...) E prestem a [*sic*] atenção no que foi profetizado sobre o sambódromo: “Te restaurarei para o Meu louvor”. Fantástico! O Senhor dizendo: “olha! Esse lugar agora é meu! Eu vou restaurá-lo para o meu louvor, para a minha adoração! Não será para o louvor a outros deuses.”. O Pr. André declarou: “os dias estão contados sobre este lugar”, referindo-se ao fim do desfile das escolas de samba. Isso é fé! (Disponível em <www.geracaodt.com/gdt/2005/11/rio-de-janeiro-diante-do-trono>. Acesso em 28 ago. 2007).

A guinada na carreira de Aline Barros parece refletir um estado geral de cooptação mercadológica e litúrgica pela qual passa a renovação musical *gospel*. Em comum, os Ministérios de Louvor e o estilo de Aline Barros dividem um repertório constituído de baladas com encadeamentos harmônicos de resolução simples, melodias sem grandes saltos melódicos, vocais de acompanhamento em uníssono e arranjo instrumental *pop*, além, é claro,

⁹⁴ Cf. Magali Cunha (2004, pp. 132-134).

de apresentarem extensa repetição de refrões, palavras de ordem emocionadas e variação súbita de temperamento (da contrição à euforia) na mesma canção.

Sobre o avanço desse repertório, João Alexandre, compositor cristão de renome, em entrevista ao portal Provoice, diz: “Certas canções encaixam-se, para mim, na definição bíblica de ‘vãs repetições’. Canções que geram ‘papagaios’ espirituais [...] fabricando ainda mais gente que só sabe repetir refrões e comportamentos”.⁹⁵

Nelson Bomilcar é ainda mais enfático ao escrever que o atual cenário da música evangélica

demonstra também uma grande fragilidade dos chamados líderes de adoração (termo que precisa também ser definido e explicado), que não ajudam as pessoas a discernirem o que é bíblico e pertinente para a adoração. Ouve-se sobre adoração profética, sem se definir o que significa adoração e o que se quer dizer com profético. Como se ouve tanta coisa sobre isto e de forma mal explicada, quase como um jargão, a confusão se instala. Usam-se de forma inadequada o termo profético e a palavra profecia. O retorno ao louvor hebraico como pré-requisito na adoração “parece” o caminho mais seguro ou divino, mas é um engano; busca-se então, um modelo de louvor chamado extravagante (precisamos buscar as bases bíblicas sobre o que é isto), Outro caminho trilhado tem sido a chamada “adoração no e do 'mover” (quem conseguiu mapear a ação do Espírito que sopra onde quer, ninguém sabe de onde ele vem e nem para onde vai?). Outras ênfases sobre “posturas” do adorador têm sido veiculadas, quase como mudança de hábitos ou comportamento e não de transformação interna e pessoal, etc. (Disponível em cristianismocriativo.com.br. Acesso em 17 dez 2008).

Contudo, a opinião de Aline Barros não concorda com o pensamento dos compositores João Alexandre e Nelson Bomilcar. Em entrevista ao portal Editora Virtual, a cantora apresenta uma justificativa espiritual para seu estilo, de louvor e adoração para jovens e adultos e de música *pop* para o público infantil, ao responder ao seguinte questionamento:

Editora Virtual: Notamos, no meio evangélico, um movimento artístico diversificado onde, além da música, outras atividades começam a surgir como coreografia, dança e até carnaval evangélico. Essas atividades mais modernas podem mesmo contribuir para a aproximação do Evangelho?

Aline Barros: São estratégias, uma forma diferente de se levar a mensagem de Jesus a todas as pessoas.

Aline Barros é considerada a primeira cantora *gospel* a participar de programas seculares de televisão transmitidos nacionalmente. Em 2008, sua participação atingiu tal sucesso de audiência no *Programa Raul Gil*, da Rede Bandeirantes, que chegou a ser

⁹⁵ Entrevista publicada em outubro de 2005, disponível em <www.dotgospel.com/noticias_entrevista-com-joao-alexandre>. Acesso em 28 jun. 2007. João Alexandre tece críticas pouco veladas ao estágio atual de mercantilização da fé e da música cristã na canção *É Proibido Pensar*, em CD homônimo.

repriseada pela mesma rede no dia 17 de janeiro de 2009. A canção *Dança do Pinguim*, que faz parte do CD infantil *Aline Barros & Cia*, foi indicada em uma enquete para concorrer junto com vários sucessos seculares e um católico – o vídeo *Pó pará com Pó*, da cantora Jake – como o *hit* do verão 2009, no portal da Band na internet.⁹⁶

Em 4 de fevereiro de 2009, Aline Barros tinha 1.009 fãs cadastrados no *site* www.oyo.com.br. Os números mais próximos, na área *gospel*, eram os de Fernanda Brum – 435 fãs cadastrados, Oficina G3 (423 cadastrados), Toque no Altar (421) e Diante do Trono (402). No mesmo portal, o *ranking* de artistas segundo as pessoas de 24 a 30 anos indicava a cantora de axé-pop Ivete Sangalo em primeiro lugar, com 1.359 fãs registrados no site Oyo, e Aline Barros vinha em segundo lugar, sendo a única cantora evangélica entre os 20 primeiros colocados, entre U2, Mariah Carey, Beyoncé, Bruno & Marrone e Ana Carolina. Aline também era a única cantora evangélica entre as 10 cantoras com fãs registrados no *site*.

As sucessivas quedas nos números de venda de CDs e DVDs registrados pela indústria fonográfica brasileira e mundial tem como contrapartida o rápido aumento de usuários e ouvintes de música pela internet. A rádio UOL, um dos serviços do provedor de acesso a internet UOL, registrou, no primeiro semestre de 2008, que as canções *Recomeçar* e *Sonda-me, Usa-me*, ambas de Aline Barros, entraram na lista das vinte músicas mais “pedidas na parada de sucesso da rádio”. No mesmo período, Aline chegou a ser a única cantora *gospel* relacionada no TOP 20 da rádio UOL que lista as músicas nacionais e internacionais mais tocadas no país.

À parte as discussões sobre o controverso relacionamento de mútuo favorecimento entre gravadoras e rádios, a carreira da cantora alcançou maior repercussão após a veiculação da canção *Recomeçar* na trilha sonora nacional da telenovela *Duas Caras*, a primeira na história do gênero a incluir música de uma cantora evangélica. Os evangélicos, entretanto, dividiram-se a respeito do trânsito de Aline Barros entre as mídias secular e evangélica.⁹⁷ A veiculação televisiva levou a reedição da canção no CD *Aline Barros - O Melhor da Música Gospel*, produzido pela gravadora LGK Music.⁹⁸

Após o encerramento da telenovela, Aline Barros ainda recebia convites para entrevistas em programas de larga transmissão, como o *Bom Dia Mulher*, apresentado por Olga Bongiovanni, na RedeTV. O portal da gravadora MK Music na internet noticia a ida da

⁹⁶ Disponível em <www.band.com.br/verao>. Acesso em 12 jan. 2009.

⁹⁷ Visualizado no blog do jornalista Mauro Ferreira, *Notas Musicais* (www.blogdomauroferreira.com.br). Acesso em 16 out. 2008.

⁹⁸ Segundo o jornalista Mauro Ferreira, em 1998, a novela *Meu Bem Quer* (Rede Globo) teve incluída na sua trilha a música *O Senhor É meu Pastor*, na voz da cantora secular Vera Negri. Disponível em <www.odia.terra.com.br/blog/estudionline>. Acesso em 21 out. 2007.

cantora ao programa empregando as formas de redação laudatória concedida aos artistas de sucesso na mídia secular. Assim, o *site* informa que, nos bastidores do programa, havia “vários funcionários da emissora que fizeram questão de tirar uma foto de recordação com a cantora”.⁹⁹

Antes da conversa com a apresentadora do programa, Aline cantou o sucesso *Recomeçar*. Durante a performance dublada, a emissora exibiu caracteres com os dizeres “O sucesso que vem do céu! Aline é a ‘popstar’ de Cristo” (aspas e interjeições da legenda original).

Considerando-se as falas da cantora durante a entrevista, é possível fazer a distinção entre as formas usadas por gravadoras para promover o artista *gospel*, o conteúdo impresso nas letras e nos arranjos pelos produtores e as convicções pessoais de determinado intérprete.

Quando questionada sobre a possibilidade real de uma transformação individual exibida por artistas seculares convertidos ao cristianismo, Aline diz que “o maior milagre não é a cura de uma enfermidade”, como as letras de algumas canções podem inferir, mas seria o “milagre da salvação”, isto é, a mudança de propósitos e personalidade efetivada pela divindade.

Porém, na faixa *Caminho de Milagres*, do DVD homônimo, Aline fala com voz empostada, com tom de autoridade, com o olhar firme e a mão esquerda espalmada dirigida para a câmera: “Você que está em casa, receba o milagre agora!”.

Apesar do paradoxo criado entre a figura do cantor *pop* e a do mediador de milagres, Aline Barros escapa à comparação com o *merchandising* da cura promovido pela pastora Blanche, no programa de TV *De Bem com a Vida*:

(...) Nós vamos agora para uma dica. Você que está querendo emagrecer, que já tomou remédio, já fez monte de coisas... não adianta... vai com calma e com Cristo que você consegue. Porque não adianta se entupir de remédio, emagrece num mês, logo volta tudo de novo... você deve investir no que dá certo. Por isso, agora você vai ouvir uma dica, pois para estar de bem com a vida só Emagrete... (Bispa Blanche, *De Bem com a Vida*, 27. ago.2002, citado em CARRANZA, 2005, p. 347).¹⁰⁰

A cantora, ao ser perguntada sobre o relacionamento do artista *gospel* com a imprensa secular, afirma que “a mídia tem nos aberto muitas portas”, o que estaria sendo motivado pela

⁹⁹ Disponível em www.mkmusic.com.br. Acesso em 23 set. 2008. A entrevista concedida à Rede TV ocorreu em 6 de agosto de 2008.

¹⁰⁰ Em nota de rodapé (na página 347 do trabalho citado), Brenda Carranza comenta que a pastora Blanche “faz esse reclame após uma longa oração de cura. Colocando um copo de água na mesa e vários faxes e e-mails ela reza, pedindo incessantemente que Deus liberte os oprimidos e dê saúde aos doentes”.

qualidade e profissionalismo dos músicos evangélicos e pelo avanço da “palavra de Deus” presente nas canções. Diz, ainda, que permitiu que a canção *Recomeçar* fosse incluída na trilha da novela global a fim de “não guardar para si” o que “Deus tem dado” a ela.

Não se levantou a discussão, porém, da expansão do fenômeno *gospel* e do interesse comercial que esse fator é capaz suscitar nos executivos e produtores das emissoras de rádio e televisão.

Segundo Carranza, a lógica da racionalidade econômica, “de exatidão e da pontualidade” teria passado a “permeiar todos os relacionamentos e formas de sociabilidade, gerando estilos de vida configurados pela socialização econômica” (2005, p. 24). Dessa forma, o “profissionalismo” e a “música dada por Deus” parecem expressar uma conjunção que justificaria a circulação dos cantores *gospel* nos meios de comunicação seculares.

Outro item não debatido na entrevista é a questão de que a mídia que “abre as portas” aos cantores evangélicos é favorecida com declarações elogiosas. Um exemplo é a participação de Aline Barros no programa *Especial Xuxa Minha Rainha*, em comemoração aos dez anos do programa *Xou da Xuxa*. Na ocasião, Aline Barros cantou, em alguns momentos, abraçada a Xuxa, os seguintes versos:

*Minha rainha, minha estrela encantada
Você é iluminada pelos raios da paixão
Minha rainha, fada-mãe, fada-madrinha
Nos seus olhos se adivinha
O que diz seu coração*

O trânsito de Aline Barros na mídia secular, ainda que comparativamente um tanto menos influente, assemelha-se à trajetória do Padre Marcelo Rossi. Ambos são carismáticos, em mais de um sentido, têm capacidade comunicacional, são considerados bonitos, têm amplo acesso às mídias seculares e são grandes vendedores de CDs e DVDs. Assim como a pastora e cantora evangélica justifica a inclusão de uma de suas canções em trilha de novela com os argumentos da evangelização, o padre e cantor católico diz que “se Cristo vivesse hoje estaria nos meios de comunicação”, pois “é pelo meios de comunicação que se vai até o coração das pessoas” (*Caras*, 27 nov. 1998, citado em CARRANZA, 2005, p. 34).

Ambos, também, marcaram suas carreiras por apresentações no programa televisivo de Xuxa, em que as demonstrações de admiração mútua eram sinais visíveis do seu relacionamento com a apresentadora.

Musicalmente, Aline Barros e Pe. Marcelo Rossi têm em comum o repertório composto de canções de estrutura harmônica simples e letras marcadas por chavões da poética cristã. Há, é válido discernir, uma grande diferença na qualidade vocal de ambos, haja vista o cuidado com a afinação da cantora e sua versatilidade interpretativa que demonstram contraste com a ausência de compromisso estético das entoações do padre-cantor. Enquanto a performance de Pe. Marcelo enfatiza a dinamogenia e a animação física, em uma espécie de “aeróbica do Senhor”, como o padre mesmo assim declarava, a performance de Aline Barros destaca-se pela emotividade e passionalidade, embora haja momentos de descontração por meio de danças e coreografias originárias de seus sucessos junto ao público infantil.

É assim que as novidades do evangelismo *gospel*, trazidas a reboque das aceleradas mudanças sociais e econômicas, são integradas às culturas musicais do carismatismo religioso e desveladas em suas faces neopentecostal e católica.

Não é novidade dizer que tanto o pentecostalismo, católico e evangélico, quanto o Pe. Marcelo têm em comum esse estilo evangelizador, que focaliza suas ações pastorais em atividades multitudinárias e na construção de espaços sagrados. Também não é novo delinear algumas das interfaces que os aproximam: todos bebem das mesmas fontes, estratégias e mecanismos próprios das multidões modernas em movimento; ancoram sua eficácia simbólica nas promessas religiosas, feitas cada um à sua maneira, sinalizando que ambos se dirigem, em princípio, para um mesmo público portador de um imaginário comum; todos parecem compartilhar a mesma necessidade de se firmar institucionalmente perante a sociedade em geral, e entre si, em particular (CARRANZA, 2005, p. 142).

Em sua entrevista ao programa da RedeTV, com cerca de vinte minutos de duração, Aline Barros expressou-se com convicção e verborragia, características do discurso do cantor pentecostal moderno; ao mesmo tempo, na atenção concedida a admiradores, valorizou ações que marcam a relação artista-fã, como a distribuição de autógrafos e o envio de beijos para os espectadores.

De forma semelhante, a menção do lançamento de seu DVD ao vivo *Caminho de Milagres* procura combinar a qualificação artística com a justificativa teológica: “Temos uma produção gráfica muito boa e um cenário lindo. A gravadora [MK] fez tudo com excelência como manda a Palavra de Deus”.

Devido à capacidade de penetração nas mídias secular e evangélica, Aline tornou-se uma eficiente garota-propaganda. Como mencionado, marcas comerciais seculares, como a Shure (equipamentos para shows) e a Triton (roupas), exibem peças publicitárias associadas à imagem da cantora.

Essa racionalização contábil associada massivamente ao sentido religioso repercute no

setor comercial *gospel*, na forma de gravadoras e editoras beneficiárias do nome e da imagem de Aline Barros. Na ExpoCristã 2008, ela compareceu à feira para o lançamento da Agenda Aline Barros 2009 e de uma bíblia infantil para crianças com o seu nome e com personagens do projeto Aline Barros & Cia, “em uma tarde de autógrafos no stand da Soft”.¹⁰¹

A combinação mercado-evangelismo é um vetor característico do pentecostalismo contemporâneo. Em tempos de globalização e supranacionalização dos objetos artísticos, essa combinação tem se mostrado uma ferramenta de grande utilidade na internacionalização da carreira de Aline Barros. Suas canções são vertidas para a língua espanhola, o que coopera para a expansão de seus ministérios musical e pastoral.

O CD *El Poder de Tu Amor* (2003) é a primeira produção internacional da cantora. Em 2004, ela gravou os álbuns *Duetos com Aline Barros*, relançado em 2008, e em 2005 lançou *Aline e Fiesta en el Jardín*, sendo este último um CD infantil gravado na Guatemala. Segundo a gravadora, a proposta de um CD de duetos “foi romper limites e unir líderes de louvor de vários países em um só propósito: adorar a Deus, promovendo a unidade do corpo de Cristo”.¹⁰²

Nesse disco, houve participação nacional, provida pelo cantor PG e pela Comunidade Vila da Penha, e contribuição internacional dos cantores Ron Kenoly, Paul Wilbur e Don Moen, três dos mais renomados propagadores do estilo “louvor e adoração” do meio *gospel*.

O CD *Aline*, indicado ao Grammy Latino 2006 na categoria “álbum de música cristã em língua espanhola”, ao utilizar apenas o nome da cantora como apelo junto ao público, parece reproduzir as práticas de vedetização secular introduzida na renovação *gospel*. E, ainda, como verificado na comercialização da agenda Aline Barros 2009 e da sua bíblia infantil, a cantora torna-se um objeto de valor, uma marca portadora de bons negócios e “unção” *pop*, o que estaria proporcionando um sentido de reificação do artista cristão.

Na reprodução desse processo de pentecostalização do *pop*, a publicidade do álbum *Aline* no portal da gravadora ABrecords na internet informa que a proposta do “repertório bem pop (...) é comunicar ao público jovem mensagens cristãs contextualizadas com ritmos modernos”. As doze faixas do disco são assinadas por Paul Baloche, Lenny LeBlanc, Marty Sampson e Don Moen, e “são interpretadas com graça, unção e ousadia por Aline Barros”.

Violões e sons eletrônicos, guitarras e *samplers*, somados à experiência dos produtores americanos, colaboraram para a sonoridade *pop* do álbum. A delicadeza da voz de Aline Barros parece deslocada em faixas de maior peso sonoro, como em *Dando Vueltas*, contudo,

¹⁰¹ Disponível em <www.gospelmais.com.br>. Acesso em 23 nov. 2008.

¹⁰² Disponível em www.abrecords.com.br. Acesso em 21 out. 2008.

sobressai-se a versatilidade vocal da cantora. É um álbum sem tintas nacionalistas, produzido para o mercado *gospel* hispânico. Não é um disco gravado ao vivo, mas uma produção de estúdio que denota elaboração, se não nas canções de melodia e harmonia mais simples, certamente na composição dos arranjos e nos recursos da mixagem.

Nem só de música vive Aline Barros. No livro *Reflexões de Paz*, lançado em 2005, a cantora dá lugar a escritora de mensagens devocionais. Na compra do livro, o cliente ganha o CD *Mensagens de Paz*, gravado por Aline e o locutor Cid Moreira.

Autorreferenciada como estrela sem igual – “Aline tem conseguido que seu trabalho ministerial alcance resultados inatingíveis por outros artistas do segmento *gospel* no Brasil”¹⁰³ –, o sucesso da internacionalização da carreira da cantora se faz representar no DVD *Aline Barros in Korea – Explosão de Adoração* (2007), gravado por ocasião do concerto “Worship Explosion”, realizado na Igreja do Evangelho Pleno de Yoido, na Coreia do Sul, considerada a maior igreja evangélica do mundo, com mais de 700 mil membros. Com a participação de renomados líderes do louvor *gospel* globalizado, Aline apresentou-se no gigantesco evento como a única cantora brasileira evangélica convidada.

O portal Louvor Sem Fronteiras acompanha o ministério internacional de Aline Barros e seu esposo pastor, o ex-jogador de futebol Gilmar.¹⁰⁴ Há relatos de suas viagens pela América Central, particularmente quando ambos estiveram em San Juan, Porto Rico, onde “o público portenho [*sic*] ficou admirado com a unção e o carisma da cantora”¹⁰⁵ e “Aline abençoou o povo de Deus da cidade com as canções do mais novo CD em espanhol *Refréscale*”, trabalho indicado na categoria “álbum cristão em língua espanhola” na edição 2008 do Grammy Latino.

Além de circular por alguns países da América Hispânica e da Ásia, Aline Barros também chegou à Europa, mais precisamente à Itália. Ela participou da Conferência Profética 2008 da Comunidade Internacional da Zona Sul em Milão, juntamente com o esposo Gilmar e o pastor Marco Antônio Peixoto, líder da comunidade no Brasil.

A internacionalização da carreira de Aline Barros demonstra o avanço do mercado da música *gospel* brasileira sobre outras fronteiras e evidencia a globalização do pentecostalismo e, por extensão, do cristianismo.

Para Peter Berger (1998), os “métodos” de expansão evangélica se repetem, com

¹⁰³ Disponível em <www.alinebarros.com.br/biografia>. Acesso em 27 out. 2008.

¹⁰⁴ Em 2 de dezembro 2007, o casal Aline Barros e Gilmar Santos foi ordenado ao ministério pastoral na igreja onde congregam, a Comunidade Internacional da Zona Sul (Flamengo/RJ).

¹⁰⁵ É provável que o editor do *site* Louvor sem Fronteiras estivesse se referindo aos porto-riquenhos, já que o termo “portenho” é usado, de fato, para identificar os nascidos na cidade de Buenos Aires, Argentina.

variações, no cerne dos movimentos de reavivamento religioso norte-americanos, “do Primeiro Grande Despertamento a Billy Graham”.¹⁰⁶ Segundo sua visão, o cristianismo encontra, no final do século XX, sua expressão mais poderosa no “movimento pentecostal global”, o qual se espalha rápida e intensamente “através da América Latina, África e partes da Ásia, e que, aparentemente, começa a se fazer percebido na Europa Oriental”.

Aline Barros, com seus três milhões de CDs e DVDs vendidos, tornou-se o maior fenômeno da música evangélica no Brasil.¹⁰⁷ Seu repertório, distribuído em produções dedicadas ao público infantil e em apresentações gravadas de megaeventos do gênero “louvor e adoração”, comporta as novidades musicais da mídia secular e da renovação litúrgica neopentecostal. Primordialmente, seu estilo está integrado ao *pop* no que diz respeito aos formatos publicitários e aos arranjos instrumentais.

A discricção pessoal de Aline Barros contrasta-se, por vezes, com suas performances teatralizadas e inflexões vocais dramáticas de chavões religiosos. Suas apresentações não são marcadas por gestual polêmico e suas entrevistas comunicam uma postura sem afetações, o que teria levado uma matéria da revista *Veja* a nomear seu estilo como “pop com recato” (*Veja*, 2009, p. 123).

A reorientação de sua carreira rumo ao estilo louvor e adoração parece ter sido reformulada com base na consolidação comercial do Ministério de Louvor Diante do Trono, considerando-se a época em que ocorreu o lançamento de seu novo estilo (após o enorme sucesso do álbum *Quero me Apaixonar*, do MLDT) e a adoção de performance gestual e vocal que remete aos líderes de ministério de louvor, como Ana Paula Valadão e Darlene Zschech.

Em dois pontos, pelo menos, Aline Barros se distingue da vocalista do Diante do Trono, em que pesem as semelhanças de letra e arranjo das músicas: na performance de Aline, a carga emotiva centraliza-se mais na força de atração cancional do que em longas “intercessões” improvisadas e faladas com um acompanhamento instrumental ao fundo. Sua regência vocal (os comandos de voz) convoca o público a cantar e a repetir gestos, porém, não há registros de momentos de choro copioso e incontrolável, de gritos súbitos ou de gestual que gerem controvérsia, ao contrário do que já foi observado em apresentações de Ana Paula Valadão.¹⁰⁸

¹⁰⁶ Disponível em <www.findarticles.com.br>. Acesso em 20 out. 2008.

¹⁰⁷ O mercado discográfico brasileiro não publica o detalhamento das vendas, sendo difícil o acesso à informação dos números reais do mercado *gospel*. Assim, o número apresentado é uma estimativa das vendas gerais de Aline Barros até o ano de 2008 publicadas em periódicos e *sites*.

¹⁰⁸ Em 2007, durante apresentação do MLDT em Anápolis, Goiás, Ana Paula Valadão foi filmada engatinhando

Outro ponto distintivo é a apropriação da imagem de Aline Barros como marca comercial, o que evidencia a repercussão de estratégias competitivas da mídia secular no gerenciamento das carreiras dos cantores evangélicos brasileiros. No entanto, os novos formatos de publicidade e apresentação musical parecem ser sublimados nos efeitos virtuosos da conversão. Diz Aline Barros: “Nós, evangélicos, somos pessoas normais que simplesmente decidiram viver para Jesus de forma linda. Para mim, isso é um privilégio” (idem, *ibidem*).

Essa síntese das auras midiática e religiosa confere novos sentidos às expressões do divino e se traduz na “transformação dos fiéis em consumidores, dos fiéis em fãs, sinalizando para as tênues fronteiras entre espetáculo, consumo e religião, nas sociedades de massa” (CARRANZA, 2005, p. 530). Tal situação se torna mais complexa quando os próprios portadores do sagrado (padres-cantores, artistas-levistas, bispos-empresários) lideram o processo midiático-religioso em que “é transmutada a substancialidade da religião – capacidade de dotar de sentido a vida e orientar eticamente os adeptos – em prol de sua funcionalidade – coesão social e visibilidade institucional” (idem, p. 530-531).

A interação contemporânea entre o *pop* e o *gospel* tem reconfigurado o papel do cantor evangélico, haja vista sua transformação em portador dos símbolos da benção e do sucesso midiático e sua reificação em garoto-propaganda tanto da teologia pentecostal quanto de marcas comerciais.

no palco por alguns minutos e imitando um rugido de um leão. A atitude controversa estimulou o debate na internet e motivou a publicação no *site* oficial do MLDT de um texto que justificava a ação como um ato de “derramamento do espírito de Deus” sobre a cantora, a qual teria recebido a “unção do leão” (uma referência à terminologia Leão de Judá). Os registros em vídeo das “intercessões” já mostraram Ana Paula prostrada no chão de igrejas e palcos, com voz embargada, emitindo súbitos rugidos ou gritos e, também, “falando em línguas”.

CAPÍTULO 4

MÚSICA PARA DIVERSÃO E SALVAÇÃO

Nas sociedades em que a cultura se torna mais um artigo na lista de bens de consumo e em que há forte estímulo ao lazer e à diversão, o entretenimento secular não é um anátema como foi considerado pelos primeiros protestantes no Brasil, quando o termo estava mais associado a diversões baratas e pouco recomendáveis mesmo para um não-cristão. É notório que, assim como mercado e religião não são termos inconciliáveis para os novos evangélicos, também a expressão “entretenimento cristão” não é mais um oxímoro.

Na primeira parte deste capítulo, descrevem-se os novos espaços de frequência evangélica, onde os organizadores de festas *gospel* promovem a oferta de lazer seguro ao som de um equivalente pop-religioso da música *pop* secular. *Raves*, boates, casas noturnas, bares, em versões “santificadas”, são os novos locais de congregação para a juventude evangélica.

Na seção seguinte, lança-se um olhar mais atento às produções musicais mais discriminadas e menos estudadas do *gospel* nacional: o *rap*, o *funk* e o axé-pop. Marginalizadas, a princípio, pela associação que as mídias e um certo público evangélico traçavam entre aqueles gêneros e a delinquência juvenil, o erotismo vulgar e o mau gosto estético, uma análise mais minuciosa das letras, dos arranjos musicais, dos videoclipes e das adaptações históricas dos processos composicionais da música cristã será capaz de demonstrar os mitos e as verdades pertinentes a esses estilos introduzidos pela cultura *gospel* no Brasil.

Algumas pesquisas, por não serem de autores especialistas em música, examinam a letra à parte da melodia, da performance e do arranjo instrumental. Tais análises, porém, correm o risco de superestimar a letra em detrimento da recepção musical dos ouvintes e aficionados.

Na canção popular, letra e melodia são inseparáveis, tal como nos hinos e cânticos religiosos e em qualquer tipo de canção. No início de um novo século, a ação dinamizadora das novas tecnologias digitais tem acionado novos mecanismos de atuação evangelizadora, formulando uma espécie de “estética do videoclipe” que, assim como a integralidade de letra e melodia, precisa ser considerada para se estudar de forma mais completa os processos sacro-musicais.

Por fim, examinam-se brevemente as condicionais pós-modernas da interação entre música e pentecostalismo elencadas amplamente nas páginas iniciais dessa dissertação. O encerramento se dará com o questionamento da visão de pós-modernidade totalizante que, supostamente, excluiria outras instâncias culturais, como a tradição e a noção de modernidade. A descrição das interpenetrações de discursos pré-modernos e tradicionalistas em simultaneidade com narrativas poéticas e visuais modernistas na esfera da música *gospel* auxiliará na complementação do estudo das práticas musicais dos evangélicos neopentecostais.

4.1 O entretenimento santificado

Shows, megaeventos, festas, “baladas”, gravações ao vivo de CDs e DVDs são aspectos promocionais de uma indústria, a indústria do entretenimento santificado, para a qual a conjugação de espetáculo musical evangélico, atração jovem e ambiente festivo é anunciada como diversão propícia para a juventude cristã. Segundo Stiles (2005), o que torna essa indústria tão singular é o fato de que ela “é realmente tanto ‘cristã’ quanto ‘entretenimento’, e ambos os elementos devem funcionar com efetividade para que essa indústria prospere”.¹⁰⁹

Para o florescimento dessa indústria, tornou-se necessária a transladação dos mais diversos estilos musicais da mídia para o espaço cancional religioso, desde que sejam os estilos em voga – nacionais ou gêneros globalizados. Desse modo, devido à emulação de variados ritmos, o *gospel* no Brasil não possui um caráter formal e estilístico facilmente reconhecível.

Os shows *gospel* apresentam artistas de estilos diferentes. Em um mesmo evento, pode-se ouvir o forró do Grupo Kainon, a *black music* do Melosweet, o som *pop* de Jessyca, o estilo louvor e adoração do Ministério União Ágape, a mistura de *soul* e samba da Família Acrisoul e, ainda, cantores de estilos aparentemente tão díspares como Adriano Gospel Funk e Cristina Mel. “Ouvir”, nesse caso, é uma opção do público, sendo o convite à dança uma prática sedimentada nas festas e baladas *gospel*, que costumam contar com a presença de um DJ, como Marcelo Araújo, que “toca todos os ritmos agitando a galera”.

Todos esses artistas mencionados são, de fato, atrações anunciadas para a 8ª edição da Festa Jesuína, realizada em junho de 2008 pela juventude da Igreja Assembléia de Deus da

¹⁰⁹ Disponível em <www.usask.ca>. Acesso em 12 ago. 2008.

Penha. Em 2007, o evento chegou a reunir mais de trinta mil pessoas. Esse número foi fornecido pelos promotores da festa, que acrescentaram que “a festa Jesuína é uma das mais tradicionais festas juninas evangélicas do Estado do Rio de Janeiro, e foi pioneira em reunir atrações musicais com barracas de comidas típicas do Nordeste e barracas com brincadeiras”.¹¹⁰

Há também o *Pré-Reveillon Gospel* do Rio de Janeiro, realizado desde 1998. Em dezembro de 2007, a atração principal foi o *rapper* DJ Alpiste, presente no chamado “espaço Black, que fica no salão nobre do clube” onde se realizou a festa. O conhecido *rapper* lançou no local seu CD *Pra Sempre*, com músicas inéditas e “grandes sucessos de sua carreira remixados”.

Para o evento, divulgou-se, também, “a revelação feminina da *gospel* black Jamile Zeidan”, com direito a lançamento do seu CD *Se Prepare*, além dos *rappers* Joabe e Fidel. Nos intervalos das atrações, os DJ’s “comandam a pista” [de dança].

Na mesma festa, foi montado um espaço chamado “Eletrônico – Alternativo” na quadra do clube, também sob o comando do DJ Marcelo Araújo, apregoado “como o principal DJ da música *gospel* eletrônica nacional”. Anunciaram-se as presenças do MC Rodrigo Maneiro, outro nome do *funk gospel* nacional “para agitar a pista”, e da DJ Claudia Mattos, “revelação feminina do Gospel Night”.¹¹¹

Os eventos *gospel* apropriam-se de modelos seculares de entretenimento, desde os locais escolhidos, como praias e casas de espetáculo, passando pela nomenclatura das festas, como “balada *gospel*”, “*gospel night*”, “*gospel planet*”, e pela eleição da figura do artista *gospel* como atração.

Exemplos dessa nova configuração religiosa são os eventos anunciados no portal *Gospel+* (www.gospelmais.com.br): *Jesus Viva Verão*, realizado nos fins de semana do mês de janeiro (em 2008, o local escolhido foi a Praia da Costa, em Vila Velha/ES); *Gospel Night – a Festa*, noticiada como a oportunidade para o público evangélico “curtir grandes nomes da música *Gospel* Eletrônica, Black Music, *Gospel Funk* e Música Bahiana [*sic*]”, além de providenciar “dois ambientes de muito som e iluminação” sob o comando de DJ’s; *Gospel Planet*, realizada em 18 de julho de 2008, no Rio de Janeiro, ao som de Adriano *Gospel Funk*, com “seu principal sucesso ‘Chuta que é Laço’”, da “cantora Pop Teen Jessyca” e do Ministério *Gospel Night*.

¹¹⁰ Como as demais festas *gospel* descritas, disponível em www.gospelmais.com.br. Acesso em 20 set. 2008.

¹¹¹ Disponível em www.overbo.com.br. Acesso em 20 set. 2008.

Os nomes se repetem na festa conhecida como *Gospel Night Fantasy*. Divulgada como “a maior festa gospel a fantasia do Rio de Janeiro”, a quinta edição e prometia distribuir prêmios para as melhores fantasias, segundo o anúncio da festa feito pelos organizadores (os erros de grafia foram mantidos – *os grifos são nossos*):

O Evento

Nesta Quinta Edição do Gospel Night A Festa - Fantasy, o grande público evangélico terá oportunidade de *curtir* grandes nomes da música Gospel Eletrônica, Black Music e Gospel Funk. Serão dois ambientes com uma nova estrutura de som e iluminação de *última geração*, o primeiro ambiente que fica na quadra do clube, estará sob o comando do DJ Marcelo Araújo, que se figura como um dos principais DJ's da música *gospel* eletrônica nacional.

Na Edição Fantasy, o concurso de fantasia se torna uma das maiores atrações do primeiro ambiente, ao som do DJ Sandro Lima que estará *agitando a pista durante os desfiles*, a festa distribuirá prêmios para as três primeiras colocadas. Neste ano as premiações são: uma TV de 29 polegadas para o primeiro lugar, uma aparelho de DVD para o segundo e um MP3 Player para o terceiro colocado.

As quatro primeiras edições tiveram diferentes vencedores como: a *borboleta do msn* em 2004, o *pacote de batata fritas* formado por um grupo de amigos em 2005, o Chaves em 2006 e na última edição em 2007 o grande vencedor foi o surpreendente ventilador, com uma fantasia simples, usando uma armação de ventilador em seu rosto e um fio de tomada enrolada em seu pescoço contagiou a todos presentes, quando encenou o movimento de um ventilador com a cabeça e levou para casa o primeiro lugar.

Desde o último Gospel Night do dia 08 de março, realizado no Irajá Atlético Clube, a produção do evento *inovou com a participação de um VJ para comandar clipes e imagens no telão*, na Edição Fantasy não será diferente e o VJ W. Júnior será o responsável da noite pelas imagens projetadas no evento. A grande novidade do Ambiente Alternativo fica por conta do lançamento do primeiro cd de Gospel Funk da cantora Claudia Mel com o título “Viva a Vida”, a cantora que durante muito tempo fez parcerias com o Mc Marcinho e DJ Marlboro, *hoje se dedica a levar o nome do Senhor Jesus, através do funk gospel*.

No segundo ambiente localizado no salão nobre do clube, muito Soul e Hip-Hop *agitarão a galera*. A festa contará com as participações: da Família Acris Soul banda de Pop-Soul que já se tornou presença mais do que certa nas edições da festa, Jay-K que estará se apresentando pela segunda vez nos palcos do Gospel Night como cantor solo, Banda Makarius fazendo o pré-lançamento de seu primeiro CD, Juizes Hip-Hop descerão a serra de Teresópolis para mostrar *um estilo todo carioca de fazer hip hop* e nos intervalos o DJ “W” comanda a pista com muita Black Music.

Vale lembrar que o uso de fantasias não é obrigatório.

A Revolução

A Gospel Night - A Festa neste ano de 2008 completa uma década de sucesso. Com 3 CD'S lançados no mercado, o Gospel Night se tornou *um dos principais eventos evangélicos do Brasil*, quando inovou, *transformando suas festas em verdadeiros eventos organizados em casas de espetáculos* como, Olimpo, Scala, Mauá de São Gonçalo e Melo Tênis Clube. A festa ultrapassou as fronteiras do Rio de Janeiro, com eventos realizados em São Paulo, Espírito Santo, Bahia, Paraná, Minas Gerais, Mato Grosso, ultrapassando as fronteiras do Brasil, com a realização do Gospel Night La Fiesta, no Paraguai.

Hoje a festa chega a reunir cerca de 4.000 (quarto mil) pessoas no Irajá Atlético Clube seu principal reduto. A festa se tornou referência em todo Brasil devido ao *profissionalismo e o compromisso com qualidade* apresentado pela equipe Gospel Night em seus eventos, atualmente igrejas consideradas tradicionais convidam freqüentemente o Ministério Gospel Night para *abrilhantar as suas festas e eventos sociais*.

Serviços:

Gospel Night Fantasy - 5ª Edição

Atrações: Família Acris Soul, DJ Marcelo Araújo, Claudia Mel, DJ "W", VJ W. Junior, Banda Makarius, Jay-K e Juízes Hip-Hop, DJ Sandro Lima.

Embora longa, a citação é esclarecedora no tocante às interações entre as indústrias *pop* e *gospel*. Os termos *curtir* ou *agitar a galera*, bem como o gênero da festa (à fantasia) e a categoria dos prêmios evidenciam o caráter de entretenimento do evento. Cantores e bandas são apresentados como a novidade musical do momento ou como artistas de sucesso no meio evangélico, o que confirma a figura do artista *gospel* e o gênero musical da moda como fatores de atração. O equipamento de som e iluminação é anunciado como de última geração, notabilizando-se a alta tecnologia como garantia de qualidade e profissionalismo.

As mensagens pertinazes do evangelho são trocadas por letras do tipo "sou apaixonado por Jesus e estou bem" que nem proclamam e nem contradizem o evangelho. Enquanto alguns defendem que o "entretenimento santificado" é melhor do que o show *pop* secular, críticos do estilo afirmam que esse evento "meramente adaptou Cristo à sociedade em vez de levar a sociedade a Cristo" (HOWARD; STRECK, 1999, p. 94).

Os eventos do "entretenimento santificado" não têm lugar somente em clubes alugados ou salões de igrejas. Locais como o PlayCenter, um enorme parque de diversões na cidade de São Paulo, podem abrigar eventos religiosos, como na publicidade de página inteira da revista *Up!Gospel* que destaca "o dia da celebração" – 12 de abril 2008 –, "o grande show

gospel, adoração, evangelização, diversão, agito”, e também as presenças do DJ Mp7 e do trio elétrico Havalanch (*Up!Gospel*, n. 5, ano 1, 2008, p. 20).

Espaços menores, como *coffee shops* e restaurantes, providenciam um ambiente que busca a imitação “santificada” de locais não-cristãos similares. O Coffee Shop do cantor Brother Simion, no bairro dos Jardins (SP), foi inspirado “na atmosfera nos *pubs* de Amsterdam”, e conta com “lounge à meia luz, comidinhas gostosas, onde o próprio Brother [Simion] recebe os convidados”, enquanto “o som rola solto com bandas de rock, reggae, hip hop, alternados com DJ’s” (*Up!Gospel*, n. 5, ano 1, 2008, p. 21)

Na reportagem intitulada “Happy Hour Gospel”, Bianca Toledo conta que o “pub gospel surgiu num momento em que não esperávamos, em meio a tantos projetos, produtora, disco novo... Mas não podíamos perder a oportunidade criada por Deus e graças a Ele o pub já é um sucesso”. Segundo a matéria, “o pub gospel é um espaço cristão de eventos e evangelismo”, que serve “para reunir a família e os amigos, para um jantar romântico, ou o lugar ideal para conhecer uma pessoa interessante que compartilhe a mesma fé” (idem, *ibidem*).

As novas atitudes dos evangélicos, principalmente dos neopentecostais, segmento predominante nos eventos descritos, podem ser exemplificadas pelas palavras do publicitário Fábio Faroni. Presente na Balada LoCAL (Comunidade Apostólica Livre) que “agitou mais de 400 pessoas com ritmos como eletrônico, black e forró”, ele diz: “Eu e a minha noiva nos divertimos muito, dançamos, cantamos e saímos de lá às 3 horas da manhã com a alma purificada”. Assim, o que passou a ser conhecido como entretenimento cristão ou entretenimento santificado é descrito pelos participantes como “sinônimo de muita diversão, música e salvação” (*Up!Gospel*, n. 8, ano 2, 2008, p. 10).¹¹²

Embora esses eventos revelem similaridade com as festas seculares no que diz respeito a danças, horários de início e término, iluminação, ritmos musicais e formas de publicidade, a diferença entre ambos os modelos, evangélico e secular, não se resume às letras religiosas das músicas ou a ausência de drogas e venda de cigarros e bebidas alcoólicas. Ao providenciar um equivalente “cristão” para a necessidade de entretenimento e diversão, os locais e eventos funcionam como lugares propícios para a afirmação de crenças e valores. Em uma ótica mais simples, esses novos espaços são vistos pelos neopentecostais como locais seguros e tranquilos para o encontro familiar e comunal.

¹¹² Ver o *site* oficial do evento em www.baladalocal.com.br.

Todos os eventos mencionados, sejam de maior ou menor proporção, têm um ponto de atração em comum: a música *gospel* contemporânea. Essa música e seus intérpretes são responsáveis pela consolidação e pelo crescimento de uma eficiente estrutura que une entretenimento e evangelismo, ou diversão e salvação.

Para se entender esse fenômeno cultural-religioso, é necessário examinar mais de perto dois aspectos interinfluentes e dinâmicos: a estética da música pop-religiosa (o *Gospop*) e a evangelização da juventude.

Simon Frith sugere que o interesse pela origem de uma canção popular está circunscrito aos centros acadêmicos. O ouvinte comum estaria mais interessado no que pode fazer de determinada canção e menos ocupado em perguntar-se de onde ela teria vindo (2007, p. 180). Como exemplo, Frith menciona a apropriação das canções natalinas oriundas de filmes e *jingles* publicitários e seu consequente nivelamento ao lado de hinos clássicos de Natal como *Noite Feliz*.

Esse processo de recontextualização de um dado repertório está na base dos procedimentos composicionais históricos da música cristã. Para Steve Miller, Martinho Lutero (1483-1546) teria feito um empréstimo de elementos da música folclórica germânica e das baladas populares do século XVI sem preocupar-se com a “origem daquelas melodias, mas com a possibilidade de proclamação da verdade” (1993, p. 78).

Desse modo, o que seria uma espécie de “princípio luterano” de apropriação do repertório secular com fins evangelísticos tem servido de fundamento e justificativa para as inovações inseridas no repertório sacro ao longo dos anos. Robert Harrell (1980), porém, chama a atenção para alguns fatores omitidos nos arrazoados pragmáticos dos renovadores da música cristã.

No período de Lutero, a prática de inserir letra religiosa em músicas seculares ou de transformar antigos textos católicos em hinos protestantes era comum. “Não era uma questão de quem criava a melodia. O propósito é que contava” (NETTL, p. 29). Porém, dos 37 hinos corais cuja composição é atribuída a Lutero, somente uma melodia pertenceria originalmente a uma canção secular.¹¹³ A fim de eliminar as referências seculares de origem de uma canção, Lutero promovia algumas mudanças rítmicas e desvios melódicos no repertório original. Lutero, também, teria adotado as melodias mais adequadas aos temas sacros e evitado as canções de taberna e as músicas destinadas à dança.

¹¹³ Essa melodia teria sido substituída no hinário de 1539, supostamente, devido a associação profana que os crentes da época faziam em relação a sua origem.

A despeito dos conflitos e controvérsias no trabalho de organização da hinologia protestante, no século XIX, as igrejas norte-americanas adaptavam trechos de obras da música clássica européia, como o movimento coral da 9ª Sinfonia, de Beethoven, vertido para *Joyful, Joyful, We Adore Thee*, ou melodias de Mendelssohn com letra da poetisa Harriet Beecher Stowe (*Still, Still with Thee*), canções patrióticas militares (*Mine Eyes Have Seen the Glory*) e baladas de menestrel, como as de Stephen Foster (*Old Folks at Home* convertida em *The Homeland Shore*, com letra de Fanny Crosby).

Pelas mãos dos compositores cristãos, as músicas seculares recebiam outra função, desvinculando-se, assim, das atribuições que lhes eram pertinentes para, então, atuar em contexto alheio a sua função de origem. Entretanto, esse processo de refuncionalização das músicas seculares deixaria paulatinamente os círculos musicais mais elitizados e tomaria novos aspectos graças ao largo alcance popular do evangelismo norte-americano. A canção religiosa adquiriu contornos de maior facilidade melódica e maior diversificação rítmica em oposição a outras obras, como as cantatas e oratórios sacros, que eram mais longos e precisavam ser integralmente interpretados para manter sua significação. A canção religiosa mais curta e mais fácil podia alcançar as classes sociais populares, o que teria motivado a criação de uma música que sintetizasse as mensagens cristãs em poucas estrofes e permitisse a rápida memorização para o canto coletivo.

Vale lembrar, entretanto, que mesmo as cantatas e oratórios compostos a partir do século XIX para uso sacro-litúrgico eram musicalmente também simplificados, distantes do estilo de Bach ou Mendelssohn.

Uma segunda afirmação de Simon Frith refere-se ao *pop* como uma “uma música acessível que também é cantável e performável” (2007, p. 180). Essa facilidade melódica da canção *pop*, que serve ao canto e à audição populares, permite tanto a participação coletiva quanto a utilização individual. Baseado no argumento da participação, Frith é levado a considerar a reivindicação ou a alegação de que o significado da música *pop* teria sido determinado pela música protestante norte-americana dos séculos XVIII e XIX.

Tim Fleming (1999) argumentou persuasivamente que a canção sentimental contemporânea tem suas raízes tão firmadas nos hinos sentimentais de Isaac Watts e Charles Wesley (século XVIII) quanto nas canções seculares românticas que foram as fontes das primeiras grandes vendagens de partitura. Foram aqueles hinos que deram à canção popular o *tropos* emocional que nós ainda reconhecemos: um arrependimento pela inocência perdida, um anseio pelo paraíso como um idílio rústico, uma definição do amor enquanto conforto na aflição (idem, p. 181).

Segundo Frith, certas canções românticas contemporâneas não seriam tão diferentes dos hinos de Watts. Além disso, “a versão do gospel como soul music mostra quão fácil é amar um homem ou uma mulher musicalmente do mesmo modo que alguém ama a Deus” (idem, *ibidem*).¹¹⁴

A reforma hinológica de Isaac Watts (1674-1748) era menos de ordem melódica do que lírica. Ele foi responsável por promover a criação de textos originais para as canções sacras em uma época de predominância do pensamento calvinista de emprego exclusivo dos Salmos bíblicos como poética adequada para a hinódia protestante. Watts procurou apresentar as mais essenciais crenças da teologia reformada e promover uma profunda piedade emocional por meio de uma “poética de extrema simplicidade” a fim de “atingir o mínimo denominador comum da compreensão popular” (MARINI, 2003, p. 76).

As melodias adicionadas à métrica simples e às letras sem maiores rebuscamentos formais, contudo, proporcionavam um senso de solenidade, como em *Before Jehovah's Awful Throne*, ou reverente piedade, como em *At the Cross* ou *When I Survey the Wondrous Cross*. Entretanto, o surgimento e a consolidação da indústria fonográfica evangélica, assim como a inserção nas igrejas de práticas musicais desfavorecidas pela elite social e religiosa, parece ter contribuído para uma maior correlação entre as canções sentimentais dos anos 1990 e as canções pietistas de Watts, como observado nos estudos de Frith e Fleming.

Conquanto no século XIX a hinologia protestante transladasse a melodia secular das baladas de Stephen Foster e promovesse a elementar substituição da letra original, os músicos cristãos da época não ousaram adotar outro sucesso popular do compositor norte-americano: a alegre e dançante *Oh! Susannah*. Em contrapartida, não surpreenderia que, no século XXI, não apenas o estilo da balada *Old Folks at Home* fosse transposto para as atividades de louvor e adoração congregacionais como também até mesmo a canção *Oh! Susannah* tivesse sua letra cristianizada, embora mantendo o teor lúdico e animogênico proveniente de sua estrutura rítmico-melódica.

Se o trajeto histórico de um gênero ou a busca das origens de uma música podem iluminar o significado no tempo presente daquele gênero ou dessa música, é válido enfatizar que “essa ajuda pode ser uma falácia já que o elemento ancestral estará inserido em outro contexto, relacionado a diferentes objetos, em distinta conformação cultural e ativando outros sentidos jamais imaginados quando estava na sua posição original” (VARGAS, 2007, p. 209).

¹¹⁴ Ray Charles é considerado o principal mediador da tradução do *gospel* como gerador da *soul music*. Ressalte-se que o *gospel* esteve na base de boa parte da música popular produzida nos Estados Unidos. Suas imbricações com o *blues* e o *rock* têm sido bastante estudadas.

A despeito dos mitos sobre a pureza ou essência de tradição ou ancestralidade que algumas análises procuram identificar nas melodias e hinos antigos, o processo de hibridiz retroativo ao período em que Lutero ou Isaac Watts compunham não necessariamente pode ter ocorrido com os mesmo índices de mistura que se notam nas canções *gospel* contemporâneas, o que significaria um baixo grau de incorporação de elementos seculares nas suas composições.

Por outro lado, Lowell Mason (1792-1872) procurava resolver o impasse entre o gosto conservador de boa parcela do público protestante e o “excesso de inovação” que se observava nos cultos de seitas avivalistas norte-americanas e britânicas. As edições das coletâneas *The Boston Handel and Haydn Collection of Church Music* (a partir de 1839) e *The New Carmina Sacra* (1853), editadas e publicadas por Lowell Mason, revelam que os hinos e salmos mais antigos foram sendo gradativamente substituídos por peças do próprio Mason e, também, de compositores europeus (Beethoven, Cherubini, Handel, Haydn, Mozart, Palestrina, Schubert, Weber, entre outros).

A tradição musical dos protestantes das áreas rurais (antífonas, motetos, salmodias) dava lugar, assim, a música moderna do século XIX, a qual se sustentava no uso crescente de melodias extraídas de composições seculares e na importância que se passou a dar à qualidade de execução dos hinos (CHASE, 1957, p. 142-143).

A apropriação do repertório secular como base para a feitura de novos hinos, considerando as diferentes épocas e os variados níveis de absorção de elementos daquele repertório, não era nenhuma novidade. A diferença estaria no fato de que Lowell Mason e seus contemporâneos, como os compositores/editores Thomas Hastings, William Bradbury, George F. Root e Isaac Woodbury, além de terem sido mais sistemáticos na edição e publicação de suas coletâneas, lograram maior êxito que seus predecessores em razão de sua atuação ter ocorrido durante “a era da produção em massa e da standardização” (idem, p. 143).

Na época em que os efeitos da secularização impulsionavam o deslocamento do interesse geral religioso para o laico, alguns fatores acentuavam essa tendência:

- a) A menor preocupação com a origem “profana” da música: “qualquer música que agradasse ao gosto da época, fosse qual fosse a origem, tinha probabilidade de ser adaptada a um hino” (idem, *ibidem*);
- b) O modelo composicional europeu erudito como referência de musicalidade superior: os compositores eruditos europeus simbolizavam a “melhor

música” e o “gosto correto” a ser adotado pelos compositores protestantes dos Estados Unidos;¹¹⁵

- c) A importância da qualidade de execução: a *maneira* de cantar foi se tornando quase mais importante do que *o que* se cantava (idem, ibidem, *grifos do original*).

Reconhecer os variados índices e graus de interação entre sacro e secular na trajetória da música cristã, uma música de forma alguma impermeável às conformações culturais de seu tempo, é compreender a transferência e a adaptação de um objeto musical para um contexto diferente do original, gerando modificações na sua percepção e no seu propósito inicial. A esse processo “os teóricos denominam com termos variados como *ressignificação*, *ressemantização* ou *refuncionalização*” (VARGAS, 2007, p. 209, *grifos do original*).

De forma conveniente, a despreocupação com o contexto original de uma canção ou de um gênero serve aos propósitos do evangelismo urbano e aos empreendimentos da indústria fonográfica *gospel*. Mesmo as criticadas formas do *funk* e da *axé-music*, cujos tambores e danças representariam um contraponto histórico ao “antipaganismo” arraigado em alguns círculos pentecostais e protestantes, seriam refuncionalizados para atividades sociais e religiosas.

4.2 O *funk*, o *axé* e o *rap* na consagração da juventude

Em meados dos anos 1990, devido à divulgação de imagens de sugestão sexual filmadas nos bailes das periferias do Rio de Janeiro e à veiculação de canções de acentuado conteúdo erótico, o *funk* era rotulado como propulsor do erotismo entre os jovens. Em que pese o processo de demonização do *funk*, processo esse que mesclava os efeitos do pânico moral e do esnobismo artístico, as mídias foram gradualmente concebendo um processo diametralmente oposto: o de glamourização do fenômeno cultural juvenil (FREIRE FILHO; HERSCHMANN, 2003).

Essa dinâmica conflituosa modificou o tratamento social que se concedia ao *funk* e à cultura *hip hop*, embora houvesse continuidade de denúncias, verídicas ou não, de associação

¹¹⁵ A discussão sobre a autoria da melodia do hino de Natal *Joy to the World*, se composta por George Handel ou por Lowell Mason, representa o quanto as formas melódicas do repertório erudito serviram de molde para os compositores protestantes da segunda metade do século XIX.

do *rap* com organizações criminosas e de circulação de textos de jornais que relacionavam o *funk* à gravidez de adolescentes e à vulgarização do sexo.

A despeito das referências midiáticas negativas em relação ao *rap* e ao *funk*, nos últimos anos do século XX, notava-se no meio *gospel* nacional uma tentativa de superação das temáticas sexistas ou politizadas associadas àqueles estilos.

Nos anos 1990, o *funk* norte-americano encontraria um espaço privilegiado de radicalização musical nas produções realizadas na periferia da cidade do Rio de Janeiro.¹¹⁶ Essa versão nacional (o “batidão”) surgiria de influências do estilo *miami bass* e empregaria forte marcação rítmica eletrônica e apresentaria pouca ou nenhuma instrumentação harmônica tradicional e pouca preocupação com afinação vocal ou sofisticação de letras.

Segundo Hermano Vianna, o público brasileiro queria “dançar *funk* cantado em português”, o que logo motivaria uma veloz e maciça “nacionalização” do repertório (2007, pp. 94-95). De início, o emprego da língua portuguesa nas letras que retratavam as favelas cariocas não seria acompanhada de mudanças musicais, resultando em reprodução do estilo norte-americano na melodia e nos arranjos. As modificações viriam a ocorrer no âmbito melódico somente por volta de 1995 com o sucesso do *Rap da Felicidade*, cantado por Cidinho e Doca.

No final do século XX, com a devida apropriação do rock pelos músicos do *gospel*, nenhum outro gênero musical popular sofreria maiores restrições nas camadas religiosas neopentecostais. A legitimidade outorgada ao rock seria concedida também ao reggae, ao pagode, ao *rap* e ao *funk*, todos os estilos sendo privilegiados como elementos musicais simplesmente trasladados para as recentes práticas musicais evangelizadoras em um processo muito semelhante ao batismo de conversão de uma pessoa, ocasião em que o passado profano submergiria nas águas para, então, emergir a mesma pessoa na aparência externa, porém, com um novo e interiorizado sentido de vida. A sacralização do *funk* decorre, assim, do evangelismo dedicado às massas jovens e da glamourização midiática do *funk*.

Os modos de refuncionalização do *funk* estão evidenciados nas canções e performances dos cantores Adriano Gospel Funk e Cláudia Mel, muito embora esse processo pareça discutível. Ou seja, a coloquialidade das letras e a manutenção de gírias e jargões do *funk* secular geram uma banalidade no tratamento dos temas mais sérios da mensagem cristã e, ainda, a conservação estilística de arranjos instrumentais e vocais do *funk* popular tende a obliterar uma dissociação mais ampla dos *funks* mais dançantes e de duplo sentido.

¹¹⁶ Para mais informações sobre o *funk* no Brasil, ver ESSINGER, Silvío. *Batidão: uma história do funk*. São Paulo: Record, 2005.

Esses procedimentos estão presentes nos versos “Eu tô mandando a real aí / Não fica de bobeira / O bicho tá pegando / Pra quem tá vacilando” e “A chapa tá quente / É melhor você ser crente” (da canção *A Chapa tá Quente*) ou nas estrofes de *Chuta que é Laço*, que avisam, de um modo pouco convencional, dos perigos espirituais de relacionar-se com alguém que não compartilha das mesmas crenças (“laço” é entendido como uma armadilha que pode afastar o crente da igreja).

*Conte de um até três
Antes de partir pro abraço
Se não for benção de Deus
Sai correndo que é laço
A embalagem é bonita
Mas tenho que analisar
Se for de Deus eu abraço
Se não for chuta que é laço*

Temas tradicionais, como a questão dos dízimos e ofertas, recebem um tratamento bastante informal nos versos de *Ofertório*, cantados por Adriano Gospel Funk.

*Tem ofertante dizimista aqui?
Se tem, dá um grito
Tem mão de onça?
Se tem, vai ser queimado agora
(...)
Mano para de “caô” e deixa de ser enrolão
Se você não é dizimista “pode crer” tu é ladrão
(...)*

A canção *Ofertório* apresenta características ligadas ao *funk* carioca, como humor descontraído, linguagem coloquial, tratamento irreverente de temas mais sóbrios e estrutura rítmica dançante. Em contraste com a seriedade e a solenidade que marcam as composições feitas para o tradicional recolhimento de dízimos e ofertas nas igrejas protestantes históricas, a leveza divertida dos versos dessa canção denota uma ambiguidade que se arrisca a anular a

seriedade da mensagem, haja vista que seu teor humorístico confunde os limites tradicionais entre sacro e secular a ponto de não ser possível definir imediatamente se a canção pretende incentivar ou satirizar a questão.

O abasileiramento do *funk* ocorreria na progressiva introdução do “estilo de cantoria dos puxadores de escola de samba” e na intuitiva adaptação de “padrões rítmicos e instrumentais habituais em terreiros de umbanda e candomblé do Rio de Janeiro” (idem, p. 95-96).¹¹⁷

A introdução da canção *Guerreia*, de Cláudia Mel, remete ao *groove* percussivo e eletrônico dos *funks* que reproduzem estruturas rítmicas identificadas com os tambores dos cultos de religiões de matriz africana, enquanto a letra ressalta o tema da Guerra Espiritual segundo a visão pentecostal. A cantora Cláudia Mel foi contratada do DJ Marlboro, um ícone do *funk* carioca, mas passou pela conversão e “atualmente está ganhando muitos jovens com o som batidão funk gospel e ministrando a palavra de Deus de uma maneira irreverente com linguagem jovem e contando a sua transformação de vida”.¹¹⁸

As características relacionadas ao *funk* (descontração, linguajar coloquial, irreverência e capacidade animogênica) são marcas associadas aos ritmos de cunho nordestino, como o forró, o xote e o xaxado. Esses estilos têm seus equivalentes *gospel* no trabalho de bandas como Os Cabras de Cristo, Xote Santo e Coração Ardente. Contudo, uma escuta mais atenta notará que cada um dos nomes mencionados possui estilos diferentes, com maior ou menor interação com a música *pop*.

Os Cabras de Cristo formam uma banda cujo gênero musical principal é o chamado forró pé-de-serra e cujas letras fazem referência à cultura musical nordestina e aos graves problemas geográficos e políticos da região. A performance contida do vocalista, o pastor Kleber Nobre, pode ser observada nos vídeos das músicas *Deus Também é Nordestino* e *Coração Nordestino*. Por sua vez, a banda Xote Santo, no vídeo *Crente que Não Lê a Bíblia*, emprega o escracho e a ambiguidade que marcam o forró e o xote seculares bem humorados. Há maior grau de teatralidade por meio de atores satirizando estereótipos religiosos pentecostais, por meio da presença de dançarinas no palco executando passos típicos do xote e por meio da indumentária e da performance autoirônicas do vocalista.

¹¹⁷ Para Vianna, os músicos do *funk* podem ter aprendido esses ritmos de matriz africana em terreiros da vizinhança ou por meio de discos importados como *Light Years Away*, da banda Warp 9, música que os funkeiros brasileiros apelidaram de *Melô da Macumba* (VIANNA, 2007, p. 96).

¹¹⁸ Disponível em <www.garagemmp3.com.br/claudia-mel>. Acesso em 13 jan. 2009.

A banda Coração Ardente tem seu estilo calcado no gênero contemporâneo do forró eletrônico cujas canções possuem melodias que fogem ao baião tradicional e mesclam influências das canções românticas sertanejas e daquelas músicas tipificadas como “bregas” (algo mais próximo do estilo de bandas seculares como Aviões do Forró, de grande sucesso no início do século XXI).

Contudo, Andréa Fontes, uma cantora não identificada com o estilo musical regional, tem atingido maior destaque nos meios pentecostais graças ao sucesso do videoclipe da canção *Batismo no Ônibus*, um xote cantado e narrado pela cantora. A música apresenta a história de um homem que duvidava do batismo do Espírito Santo, o que, na compreensão pentecostal, é o momento em que o crente passa a falar em línguas. Na narrativa, o protagonista não consegue ir de carro próprio para o trabalho e entra em um ônibus, quando, supostamente, é tomado pelo Espírito. A cantora alterna a fala e o canto durante toda a música, contando com o recurso das imagens para dar maior humor e veracidade à situação narrada.

A última parte do clipe mostra o protagonista em cenas do “batismo pentecostal do Espírito” rodeado por uma multidão surpresa. O que seria visto pelos protestantes tradicionais como uma cena constrangedora e capaz de suscitar o deboche dos não-crentes, para os pentecostais a incompreensão alheia é motivo de orgulho, denotado pelo abraço, diante dos passageiros, entre o protagonista e um policial que se congregam na mesma igreja. Na última cena do clipe, a câmera registra o ônibus em movimento com uma faixa na parte de trás em que se lê: “Andréa Fontes, nós te amamos!” Essa cena ressalta o grau de interação entre a interpretação pentecostal de preceitos bíblicos e os mecanismos de vedetização *pop* que tipificam as mídias.

A grande veiculação do clipe se deve a dois fatores: à veloz propagação de uma música no *youtube*, um site que possibilita a visualização rápida e constante de um artista; e ao contrato da cantora com a gravadora MK, responsável pela gravação e distribuição das produções de Andréa Fontes. Com dezoito discos lançados, a cantora era uma veterana da música pentecostal, porém, o sucesso mais amplo só viria com o décimo nono trabalho, o CD *Momento de Deus*, ganhador do disco de platina, cuja produção mereceu os cuidados de Rogério Vieira, produtor habitual de Aline Barros.

A canção de Andréa Fontes, embora seja uma apologia da glossolalia enquanto interpretação e manifestação pentecostais do batismo do Espírito Santo, encontra-se na contramão da orientação do novo pentecostalismo, no qual se processa um afastamento de práticas mágico-religiosas, como o exorcismo ou o próprio falar em línguas incompreensíveis

defendido na canção. Segundo a pesquisa do Pew Forum, 29% dos pentecostais praticam semanalmente a glossolalia, ao passo que 50% deles afirmaram nunca falar em línguas. No ramo carismático, 84% disseram que não praticam a glossolalia.¹¹⁹ Para Leonildo Campos, estes dados revelam que “a glossolalia perde espaço como forma de identificar o Pentecostalismo” (2008, p. 42).

A internet também funcionou como passaporte para o estrelato de outra artista: Jake, cantora católica cujo estilo é o axé-pop baiano. No final do ano de 2008, o videoclipe da música *Pó Pará com Pó* registrava quase 400 mil acessos no *youtube*. O vídeo é uma apresentação de Jake no programa *Vozes da Igreja*, da TV Aparecida. O extraordinário sucesso na internet levou a cantora a participar de micaretas em trios elétricos, em que as imagens revelam o pouco ou nenhum êxito da mensagem evangelística, e até mesmo a contradizem.¹²⁰

Pó pará com pó
Pó pará com pó aê
Não estraga tua vida
Não faz isso não
Tua juventude vai pro bebeléu
Tem outra saída para diversão
Eu quero mais, eu quero mais
Meu lugar é o céu
Você tem que tomar
Uma overdose de Jesus
Injetar na veia o sangue
Que correu na cruz
Você tem que tomar
Uma overdose de alegria

¹¹⁹ A pesquisa intitulada *Spirit and Power – a 10-Country Survey of Pentecostals*, publicada em 2006 pelo *The Pew Forum on Religion & Public Life*, relaciona dados sobre o Pentecostalismo em dez países, entre os quais, o Brasil. O ano de 2006 marcava também os 100 anos do surgimento dos fenômenos extáticos/pentecostais em um templo da Igreja Metodista Africana, em Azuza Street (Rua Azuza), na cidade de Los Angeles (ver o *site* www.pewforum.org).

¹²⁰ Em outro vídeo disponibilizado na internet, Jake é vista pela cantora Ivete Sangalo ao lado dos personagens-repórteres do programa *Pânico* da TV em um camarote VIP de uma micareta. Após adverti-la da “má companhia” dos debochados humoristas do programa, Ivete a convida para subir no trio elétrico com os humoristas e cantar o hit *Pó Pará com Pó*. Durante a execução da música, nem os humoristas nem Ivete Sangalo dão atenção ao suposto conteúdo antidrogas e pró-evangelho e apenas dançam e fazem piadas.

Shekinah doidão, doidão

Se liga, se liga!

Um dos sucessos do grupo de axé-music secular Asa de Águia, *Xô Satanás*, era uma sátira às célebres sessões de descarrego e exorcismo de algumas igrejas neopentecostais. A canção da católica Jake parece produzir um efeito semelhante ao das canções carnavalescas. A letra enfatiza uma ambiguidade em que o discurso antidrogas está atrelado, de forma paradoxal e, talvez, involuntária, a um modelo satírico e repleto de expressões consideradas antitéticas, como “tomar uma overdose de Jesus” ou “Shekinah doidão”.¹²¹ A cantora também é autora de letras como:

(da música *Alê, Alê*)

Sobe ladeira no clima

Espera Jesus passar

Rola, embola, segura menina

Hoje Jesus vai te curar

E também (da canção *Sapeca*):

Quem não "sapecou"

Vai sapecar

Quem não batizou

Vai batizar

(...)

Coração acelera

O timbal acompanha

Foi Jesus quem me sapecou

Para André Ricardo de Souza, algo novo inegavelmente surgiu: “o fato de a Igreja Católica copiar deliberadamente práticas dos concorrentes pentecostais” (2005, p. 124). A reação católica à expansão pentecostal repete estratégias de interação mercadológica, como a adesão ao marketing religioso. A criação do Instituto Brasileiro do Marketing Católico, em São Paulo, em 1996, o sucesso da ExpoCatólica e o convite feito pela Confederação Nacional

¹²¹ Shekinah é um termo hebraico que descreve a “glória de Deus”.

de Bispos do Brasil à Promocat¹²² para colaborar em outras atividades oficiais da Igreja Católica, ressaltam o surgimento de uma consciência de gestão comercial dos interesses religiosos.¹²³

Os empreendimentos do mercado católico passam tanto por entidades como a Pastoral da Criança, que em 1999 lançou o “Ursinho da Paz”, um brinquedo de pelúcia que reza a oração do Pai-Nosso, quanto pelos adeptos comuns, os quais têm estabelecido “empresas de produção e comercialização de produtos ligados a sua fé: roupas, adesivos, bijuterias etc”. (idem, p. 107).

As baladas *gospel* têm um correspondente católico na Cristoteca, criada pela renovação carismática. Em entrevista à revista *Isto É* (21/02/2007), um dos padres-assistentes declara que, na Cristoteca, “oferecemos a possibilidade de diversão, sem que os jovens precisem se desviar para outros caminhos”, enquanto o organizador da festa, Vanderson Costa, assegura que a “a Cristoteca é uma resposta aos anseios dos jovens de hoje, que muitas vezes não encontram abertura na corrente mais conservadora da Igreja”.

Durante a festa, há bandas que tocam *axé*, *pop/rock* e *reggae*. Realiza-se uma missa com início à meia-noite, que segue o ritual litúrgico tradicional, mas “com uma iluminação quase gótica, globos espelhados, luzes coloridas e bolas fluorescentes”, em meio a um cenário de “cruzes brancas e imagens da Virgem Maria”. Após a missa, a festa se estende até às cinco da manhã ao som do trance eletrônico “que envolve os baladeiros”. Para o guitarrista Rodrigo Silva, da banda Filhos da Mãe (homenagem à Maria), essa “é a melhor forma de trazer as pessoas para a igreja”. Observa-se, entretanto, que o sentido de igreja que o guitarrista menciona não prevê a passagem para um outro estilo de culto ou de divertimento cristão (católico ou evangélico), ou seja, para a igreja institucionalizada e de práticas mais tradicionais.

As notáveis semelhanças com a ideia neopentecostal de “diversão e salvação” é um ponto *sui generis* do ecumenismo cristão que pretende unir a cristandade em torno de conceitos e doutrinas em comum. No *funk* pentecostal e no *axé* católico, observa-se o trato irreverente e paródico presente nos nomes das bandas e nas letras das canções, a festividade da música *pop* justaposta à solenidade litúrgica cristã e o princípio pragmático de evangelização das faixas jovens.

¹²² A ExpoCatólica é um evento nos moldes da ExpoCristã evangélica. A Promocat é uma empresa promotora do segmento de mercado de serviços e artigos religiosos.

¹²³ Visualizado em <www.expocatolica.com.br>. Acesso em 02 mar. 2009.

No âmbito musical, já é bem conhecido o enorme sucesso do padre Marcelo Rossi. Outro nome que tem despontado é do padre-cantor Fábio de Melo, cujo CD *Vida*, lançado no final de 2008, teve 542 mil cópias vendidas em menos de 100 dias. O padre também se firmou como o número um em vendagem de discos no Brasil em 2008 devido a um acordo de distribuição de sua gravadora, a LGK, com a Som Livre – braço musical da Rede Globo –, o que proporcionou *spots* publicitários na emissora.¹²⁴

O padre Fábio de Melo é assim descrito em matéria da revista *Veja*: ele “exibe um vistoso relógio Diesel no pulso e não gosta de ser fotografado com as mãos em posição de prece. ‘É piegas’, diz o padre”. Além disso, ele “usa calças justas, tem sobancelhas delineadas e seus cabelos emitem reflexos dourados”, mas descarta a imagem de galã, embora as fãs mais entusiasmadas não deixem de gritar por ele nos shows. Para o etnomusicólogo Samuel Araújo (UFRJ), “um padre com imagem sexualizada é algo espantoso. O que virá a seguir?” (*Veja*, 2008, p. 121-122).

A cultura *gospel*, seja nos estratos católicos ou evangélicos, tem se destacado pelo visível amoldamento às estratégias de *marketing*. Embora o termo *marketing* não preconize apenas os modelos de cunho pejorativo, sendo também uma ferramenta necessária para a melhor objetivação dos esforços de missão evangelística, as táticas mercadológicas englobam o todo aparente da indústria fonográfica *gospel*. Cada vez mais, nota-se a adoção sensacionalista de gêneros musicais em voga nas mídias e a padronização de um discurso que justifica o envolvimento com as formas de consagração musical *pop* (prêmios, publicidade), mesmo que, nem sempre, haja um consentimento inicial por parte dos artistas neopentecostais.

Em entrevista ao programa *Conexão Gospel*, o cantor e compositor Beno César afirma: “Achei que nunca ia cantar rock”. Conquanto não fosse apreciador do estilo, escolheu submeter-se à orientação da produção musical, a cargo da gravadora MK. Apesar de ter modificado um pouco de seu repertório de preferência, Beno César confirma o papel preponderante da MK: “É uma gravadora que tem... assim... mudado o conceito da música *gospel* no Brasil”.¹²⁵

A MK Music tem lançado as coletâneas *As Dez Mais* e *Amo Você*. A primeira reúne em um mesmo CD dez canções de um artista/dupla/banda do elenco da gravadora, como Os Arrebatados, Alda Célia, Fernanda Brum, Cassiane e Jairinho, Rayssa e Ravel, Oficina G3,

¹²⁴ A LGK foi a gravadora que articulou a divulgação de trabalhos de Aline Barros pela Som Livre.

¹²⁵ Disponível em <www.conexaogospel.com.br>. Acesso em 27 set. 08.

Novo Som, Pamela, Voices, entre outros. A segunda coletânea apresenta canções de amor e amizade interpretadas pelos cantores que compõem o bem sucedido *cast* da MK.

A extrema diversificação de estilos musicais é uma estratégia necessária às gravadoras que pretendem atingir públicos de gostos diferentes. Enquanto a dupla Rayssa e Ravel entoa canções de cunho sertanejo (urbano ou caipira), como *Festa de Crente*, em que se aborda a diferenciação de ambiente e propósitos de uma festa de evangélicos, a jovem cantora Pamela pretende alcançar os corações e mentes juvenis.

Essas estratégias de mirar em públicos-alvo distintos são reveladoras do entendimento pentecostal de distinção cristã e evangelismo jovem. Apesar dos festejos e baladas *gospel* não contribuírem, como as festas seculares, para o aumento da embriaguez e da violência urbana, os eventos *gospel* descritos acima realçam mais uma aproximação quase irrestrita às festas *pop* do que um caráter de diferenciação. O desejo internalizado de não parecer sectário ou meramente antiquado tem levado católicos e evangélicos a consolidar a ideia de “salvação” através da “diversão”.

No CD *A Chave* (2008), da cantora *teen* Pamela, o repertório no estilo *pop/rock* adolescente sinaliza uma clara tentativa de se criar uma alternativa pop-religiosa para as faixas etárias juvenis. Os videoclipes de canções como *Fora!* e *Quero te Encontrar* mostram a cantora declarando sua fé pelas ruas de uma cidade (no primeiro clipe) e, também, declarando seu amor pelo namorado (no segundo). Ambos os vídeos alcançaram privilegiado sucesso entre os adolescentes, que podem, assim, escutar uma alternativa “santificada” dos ídolos seculares *teen* norte-americanos ou brasileiros, como Rihanna, Kelly Clarkson, Sandy e Vanessa Camargo.

A proposta de oferecer entretenimento e evangelismo aos jovens é ponto central do ministério do cantor PG. O DVD *Eu Sou Livre* (2008) é perpassado pelos clichês do visual de um show de rock, com guitarrista cabeludo, baixista e guitarrista com movimentos cênicos coreografados, lenço amarrado no pedestal do microfone do cantor e intensa movimentação de PG pelo palco, seja carregando o pedestal ou imitando o dedilhado do guitarrista (*air guitar*). A postura do público assemelha-se a dos fãs seculares de rock, em atitude que beira a histeria. Quando PG comanda o público falando: “Quem é livre em Jesus diz Amém!”, ouvem-se assobios e gritos em uma reação entusiasmada bastante identificada com os shows de rock. No entanto, para os músicos e aficionados da música *gospel*, o entretenimento santificado é uma garantia para a consagração da juventude.

Os Arrebatados, um grupo que inclui locutor de rádio e dois atores, Dedé e Lili, que emulam os estereótipos do pastor pentecostal e da garota “moderninha”, apresentam um

quadro de amplo sucesso na rádio 93 FM, de propriedade do conglomerado MK. Divulgando músicas como *Bonde de Jesus* e *Crente que é Crente* (“posso até fazer bobagem e pregar uma mentirinha / mas Deus me perdoa (...) me diz teu Deus, qual é?”), o radialista Malta Jr. considera que a fórmula *diversão-salvação* é plenamente válida, não importando a brincadeira e a sátira, pois tudo pode ser usado para a conversão de pessoas:

Temos pregado através do entretenimento e também através da palavra pregada no final do programa. Nos shows e apresentações, além de cantarmos, dançarmos, pularmos, também pregamos a palavra. [...] A atração, a isca dos Arrebatados é justamente a brincadeira, o entretenimento, a palhaçada do Dedé, da Lili, e no final nós falamos “Jesus” e as pessoas se convertem, Deus transforma tremendamente, Aleluia! [...] É a hora que nós lançamos a rede, né? E vidas se convertem, as pessoas são impactadas por Deus (Entrevista ao programa *Conexão Gospel*, s/d, disponível em <www.mkmusic.com.br>. Acesso em 17 dez 2008).

Esse também parece ser o pensamento que orienta as apresentações de Carla Perez, cantora e dançarina *gospel* que, no carnaval em Salvador, em fevereiro de 2009, saiu com o bloco infantil Algodão Doce e estava fantasiada de Minnie, com orelhas do personagem infantil na cabeça e um vestido azul claro. Carla Perez iniciou o show com a música evangélica *Entra na Minha Casa*, rezou um Pai-Nosso e disse: “Estou arrepiada. É um presente de Deus”.¹²⁶ Depois, prosseguiu cantando *Nossa Paradinha* e *Mandei Meu Cavaco Chorar*, músicas gravadas pelo Harmonia do Samba, grupo do seu marido Xandy.¹²⁷

A pentecostalização do carnaval obedece aos critérios de sacralização de outros festejos na busca de oferecer uma alternativa de entretenimento e divulgação das mensagens cristãs. A contradição resultante da interação entre a atitude modernizadora observada na liberalização de costumes e no investimento em entretenimento e a ação antimodernizante verificada na manutenção de posturas religiosas que descartam a densidade teológica é traduzida em uma aparência externa de modernidade.

A entrada da cultura *gospel* na modernidade não se caracteriza por “resistência e desafio às normas culturais” dominantes, mas por uma conciliação com a lógica de mercado hegemônica. Como largamente registrado nessa pesquisa, a música proveniente de tal processo redundava em um produto tecnicamente impecável, mas cuja densidade textual aceita a

¹²⁶ No Carnaval de 2007, Carla Perez esteve fantasiada de She-Ra. Em 2009, o bloco Algodão Doce completou dez anos e o tema do desfile era “Algodão Doce no Mundo Encantado” e seus filhos estavam vestidos de Mickey e Minnie (Visualizado em <ego.globo/gente/noticias>. Acesso em 22 fev 2009).

¹²⁷ Disponível em <www.carnaval.uol.com.br/noticias>. Acesso em 22 fev 2009. Cf. fotografias no anexo da dissertação.

diversidade estilística e cultural (gírias, jargões) e, ao mesmo tempo, rechaça a interpretação teológica mais reflexiva e profunda.

“Mudança e transformação devem significar posturas novas, pensamentos novos”, porém, o *gospel* tem se revelado “uma cultura de manutenção e não algo novo, transformador e desafiador das demandas sociopolítico-econômico-culturais do tempo presente”, constituindo-se, em vez disso, uma estratégia de integração à modernidade no âmbito das expressões dominantes do pentecostalismo e do capitalismo globalizado (CUNHA, 2004, p. 206).

Os versos da canção *Mudança* representam as propostas difusas dos novos evangélicos, em que o consumo e o lazer são marcadores da música pentecostal:

*Se o Senhor quiser
Também pode me arrumar
Um emprego que eu ganhe
Sem eu ter que trabalhar*

Refrão:

*Mudança, eu peço a Jesus mudança
O Brasil ainda tem jeito
Se o Senhor ordenar
(...)
Ei, Lili, você tem que mudar!
Você não pode ficar pedindo pra Deus mudança material!
Você tem que mudar verdadeiramente,
Chega de mudança superficial!*

Apesar do discurso de mudança espiritual verdadeira em contraste com a mudança material de superfície, o emprego de um coloquialismo excessivo distorce a questão. O paradoxo representado pelo desejo de emprego que não exija esforço e pelo pedido de mudança real evidencia-se, também, na música *gospel* por meio da estrutura rítmico-melódica apresentada como inovadora quando, de fato, ela denota superficialidade na abordagem das temáticas cristãs.

A refuncionalização da canção *If I Had a Hammer*, de Pete Seeger, como expressada pela cantora Rita Pavone, no início dos anos 1960, motivou uma análise de Umberto Eco (1987). A letra original apresenta uma mensagem poética de contundente teor político – o cantor *folk* norte-americano diz que queria ter o martelo da justiça, o sino da liberdade e uma canção sobre o amor entre seus irmãos e irmãs.

Na versão da *popstar* italiana, o martelo serve para “bater na cabeça” daquela menina que rouba a atenção na festa ou para “quebrar o telefone” de quem vai chamar a mãe para lhe buscar.

E eis como uma mensagem, já dotada de significado próprio, é tomada apenas em sua configuração superficial, sobre a qual se faz incidir uma mensagem de segunda potência, aplastrada numa significação nova, com função consolatória: como que para obedecer a uma inconsciente exigência de tranquilização (ECO, 1987, p. 313-314).

O emprego de linguagem cristológica por um compositor tem o potencial de delimitar seu público. “Assim, se um artista ou uma gravadora desejam aumentar as vendas, as letras não devem conter uma filosofia ou uma teologia significativa ou levar o ouvinte a pensar” (BIELEN, 1999, p. xi.). Isso provoca o argumento de que letras vagas e superficiais tocarão um maior número de pessoas, mesmo que esse pensamento não possa ser estendido de forma irrestrita às produções pop-religiosas.

As canções do axé católico e do *funk* neopentecostal, entretanto, operam um novo significado ao reconfigurar os conteúdos cristãos. Estes, passam a ser expressados como “mensagem de segunda potência”, em que as letras religiosas perdem em densidade ao funcionar como pano de fundo para as performances hiperespetacularizadas e em que as intenções espirituais-evangelísticas apaziguam as consciências de cantores e ouvintes.

Os mecanismos de refuncionalização das estratégias *pop* podem ser observados em programas de interesse jovem, como o *Clip Gospel*, da Rede Gospel de TV. A VJ (video-jockey) e pastora Fernanda Hernandez (filha do casal Hernandez, da Igreja Renascer) e o cantor Marcelo Aguiar são os apresentadores. O programa conta com a participação do DJ Mitchú, considerado

pioneiro na implantação nas igrejas do evangelismo eletrônico incluindo a música eletrônica gospel com efeitos e visuais e sonoros em uma festa com direito aos bits acelerados das baladas mais agitadas jamais vistos nas igrejas evangélicas até então. Festa gospel como objetivo de fazer os da fé permanecer na casa do Senhor sem se desviar para baladas mundanas e o fundamental, evangelizar (Disponível em <www.redegospel.tv.br> . Acesso em 24 set. 2008).

O site do *Clip Gospel* anuncia assim a presença do DJ Mitchú: “O *melhor* do som *gospel embalando* o programa *mais agitado* da sua TV”. Os entrevistados convidados são descritos como os “cantores que *fazem o som rolar* no meio *gospel*” (*grifos nossos*). O programa modifica levemente os assuntos que interessam ao público jovem, mas permanece a linguagem “descolada” e a publicidade sensacionalista dos apresentadores e dos esquetes.

O conceito de “cena musical”, nos anos 1990, viria redefinir o entendimento do campo cultural como um espaço de negociações, apropriações e contradições políticas e econômicas que mobilizam os diversos setores da sociedade. Segundo Will Straw, a cena musical “é aquele espaço cultural no qual uma gama de práticas musicais coexistem, interagem umas com as outras dentro de uma variedade de processos de diferenciação, de acordo com uma grande variação de trajetórias de mudança e interinfluência” (apud NEGUS, 1999, p. 22).

No âmbito do ecletismo cultural da pós-modernidade, a noção de cena musical favorece a interpretação do caráter de multiplicidade e pluralidade de atitudes e estilos musicais observados no final do século XX.

A transposição do *rap* para o espaço *gospel* ocorre na medida em que as formas de exclusão social são indistintas para crentes e não-crentes, isto é, a conjuntura sócio-econômica apresenta-se sem grandes variações para os habitantes jovens das periferias urbanas. O formato estético do *rap* torna-se adequado para retratar uma mesma realidade, embora o cancionista *gospel* visualize o contexto sob a ótica da conversão, da reconciliação e da restauração pessoal. O elemento de diferenciação entre o *rap* secular e o *rap gospel* residiria somente nas formas de abordagem dos temas, posto que o visual (a indumentária, o uso de adornos e acessórios), as performances gestuais (a movimentação gingada do corpo) e vocais, bem como os arranjos musicais eletrônicos, se mostram determinados pelas particularidades estéticas da cultura *hip hop*.

Os artistas do *hip hop gospel* não abandonam as temáticas politizadas de denúncia de preconceito, intolerância e marginalização dos moradores das periferias. Questões como a corrupção do meio político, as condições carcerárias, a violência urbana, o aliciamento do tráfico, o vício das drogas e a criminalidade juvenil são abordadas sem subterfúgios, deboche ou ironia. Ritmo e poesia possíveis em uma realidade crua e desconhecida para boa parte dos protestantes e católicos das classes economicamente mais abastadas e educadas em escolas de música formais.

Na música *Choque*, do disco *Entre o Desespero e a Esperança* (2007), o grupo Ao Cubo, formado por Feijó, Cleber, Dona Kelly e DJ Fjay, tece uma longa crítica social que vai do antimilitarismo: “te entregam fardas camufladas com sua graça bordada, e armas, pra

defender a sua pátria amada você se mata por nada, sua vida é muito mais cara, do que petróleo e prata, não se entregue de mão beijada”, ao antitabagismo e ao antialcoolismo industrializados: “a Souza Cruz e a Brahma matam mais que os Tomahawks e os homens bomba de Osama”; e segue pela crítica aos altos encargos sociais e ao desvio de verbas públicas:

*Quem foi eleito, aqui tá horrível
se vira sujeito, faça o que você prometeu
(...)
Seria possível ICMS, ISS, INSS, IR, PIS,
CPMF, IOF, IPTU, IPVA, CONFINS
Lucrativos pro homem do governo
Todo dinheiro do brasileiro, o sucuri, o anaconda
O vampiro sangue suga pede bis
Água, luz, remédio, transporte, alimentação, educação, telefone
O restante também é no seu nome*

A faixa *Fora quem USA* é paradoxal na crítica à hegemonia econômica dos Estados Unidos ao mesmo tempo em que o *hip hop* da cultura afro-americana é apropriado pelas comunidades negras das periferias de capitais brasileiras. Na segunda metade do século XX, a interação entre jazz e samba e o uso de guitarras elétricas no rock da Jovem Guarda eram duramente criticados pelos partidários da ideologia nacional-popular. No final daquele século, contudo, verificou-se que os gêneros musicais tornavam-se mundializados em um sentido semelhante à globalização dos problemas urbanos.

Em que pese a repercussão dos sons e imagens veiculados pela mídia nas práticas musicais e culturais de uma coletividade, os aficionados de um determinado estilo recodificavam um gênero ou uma cultura em particular segundo suas referências de classe. A juventude demonstraria pouca preocupação com questões de identidade nacional, posto que os artefatos e símbolos são mundializados, e aquelas canções, cujas letras e performances são comuns a fãs de diversas partes do mundo, são refuncionalizadas em perspectiva diversa da original.

De acordo com Micael Herschmann, as “expressões culturais tornaram-se uma montagem transnacional. Uma articulação flexível de partes, uma colagem de traços que qualquer um, de qualquer classe, religião, cor ou ideologia pode utilizar” (2000, p. 63).

Os cancionistas do *hip hop gospel* extraem produtos e símbolos de um repertório pré-existente e os reconfiguram a fim de expressar novos significados com um novo repertório. Essa refuncionalização tem sido valorizada pelos protestantes desde a reforma (como Lutero), passando pelos cristãos norte-americanos dos séculos XIX e XX (como Ira Sankey e Tommy Dorsey) e chegando aos novos evangélicos que ressemantizam o *hip hop*.

A canção *Fora quem USA*, embora faça uma lista das estruturas políticas e sociais corrompidas, aponta que a solução para as mazelas é de ordem moral e espiritual, ou seja, mudando-se o homem, mudam-se as estruturas.

*E vendo tudo isso do meu ponto focal
Vejo que a base do problema é espiritual
Claro, fome zero ah fala sério,
O óbvio, o simples antes era um mistério
Tava tudo combinado na bíblia em alguns versos,
Dai de comer para quem tem fome
Isso é velho chega de lero-lero, corrupção zero,
Só se vai mudar o país com o poderoso evangelho
Chega de por a fama no governo
Sem drama arregace a manga seja homem ou dama
Seu filho também sangra, agora é cê que manda,
Prepare o país pra ele e esquentar sua cama
O que você tem feito pra mudar, não se lembra,
O país vale a pena, embora o pão seja caro e a liberdade pequena
A solução não é dilema
É o Senhor dos Senhores, Jesus Cristo ser o lema.*

No CD *Entre o Desespero e a Esperança*, há canções sobre as mães solteiras (*Cinderela*), sobre o cotidiano de criminalidade (*Seqüestro*) e sobre a dependência química (*Vai se Analisar*). Nessas músicas, além do *groove* pulsante do estilo *hip hop*, as letras expressam o jargão e o estilo de rimas que marcam o gênero (“tudo vai passar, mas vê se não embaça / Só a Palavra fica, o resto é fumaça”, trecho da canção *Fumaça*).

A canção *Mil Desculpas* é emblemática da apropriação da cultura *hip hop* secular pelo *hip hop gospel*. O rap, porta-voz musical da cultura *hip hop*, originou-se em um contexto de violência, intolerância racial e pobreza econômica ao mesmo tempo em que se mostrava uma

expressão de afirmação artística e social por meio de uma música de poesia rascante e coloquial e de ritmo pulsante.

A canção: uma mulher vai até uma penitenciária a fim de encontrar o jovem que assassinou seu filho. O jovem presidiário está, então, convertido ao cristianismo e tenta explicar os motivos que o levaram ao crime, mas o que ele quer mesmo é o perdão daquela mãe. A conjuntura de vingança e violência, assim como o novo contexto de reconciliação, são descritos com palavras de forte teor emocional.

*Te chamei aqui
Pra dizer o quanto eu sinto
É embaçado não adianta,
Mas tô arrependido,
Três anos atrás do muro
Guardado no fundo
De uma cela abarrafada,
(...)*

Refrão (cantado por Dona Kelly, que representa o papel de mãe no videoclipe):

*O passado e a saudade como posso apagar
Impossível esquecer, não é fácil perdoar.
O passado e a saudade como posso apagar
Impossível esquecer, não é fácil perdoar.*

*Pela sua voz eu entendo o sofrimento,
Deve ser difícil perdoar eu lamento,
Jesus, me perdoou pela perda, pela dor,
Espero que a senhora também um dia me perdoe,
Não sei se a senhora acredita em transformação,
Eu não acreditava e Deus mudou um ladrão,
Explicar com palavras é embaçado e não
Tem palavra o suficiente pra explica a conversão,
(...)*

*O motivo era banal um pouco mais de um real,
Nem sei porque matei, talvez respeito e tal...
(...)*

(Mãe): *Você arreventou com a minha vida*

*Meu filho não volta mais,
Mas com tudo eu não vejo outra alternativa
Eu te perdoo.*

No DVD *Acústico*, o DJ Alpiste comanda um show de *rap gospel*. O cantor está caracterizado com o traje habitual do aficionado da cultura *hip hop*: boné, bermudões, moletons ou camisetas bem acima do número do usuário, pulseiras e colares, óculos escuros. O crucifixo usado pelo *rapper* não pode mais ser contado como adereço *gospel*, haja vista sua apropriação não-eclesiástica por cantores seculares, como Madonna. A performance gestual e vocal segue o padrão do *rap* secular, com movimentação cênica característica e frases verbalizadas de modo persuasivo.

A diferença entre sacro e secular estaria, então, nas mensagens de teor cristão e na finalidade de conversão e conscientização religiosas. Isso pode ser observado em faixas como *Depois do Casamento*, que retrata na forma do canto falado do *rap* um diálogo em que uma garota resiste aos avanços de intimidade do namorado, objetando que prefere deixar a relação sexual para depois do casamento devido ao seu compromisso com os preceitos bíblicos. No show, o rapaz canta a primeira estrofe com ginga corporal malemolente e voz insinuante, representando uma tentativa de sedução:

*Menina eu tenho por você um grande sentimento
Porque vamos esperar depois do casamento
Há muito tempo estou pronto você sabe disso
Desde que assumi com você um compromisso
Não sei porque esperar tanto tempo assim
Se eu posso ter você e você também a mim
Você sabe bem o que eu estou querendo
Vamo nessa ninguém vai ficar sabendo
Pois no fundo só eu sei o que você gosta
Ouça bem com atenção a minha proposta
Eu conheço um lugar que é da hora
A gente espera todo mundo sair fora
O vigia é meu amigo
Não vai ter problema
Fique fria já armei todo esquema
Você sabe o que eu sinto por você*

*Essa é a chance de você corresponder
Tenho certeza que vai ser legal, você vai curtir
E então, o que você me diz?*

Refrão:

*Guarde para o momento certo o que você tem
Respeite a palavra de Deus pro seu próprio bem
Se você me ama e a você também*

A resposta da garota admite o desejo pessoal, mas submete esse desejo aos preceitos bíblicos de castidade sexual:

*Sinceramente vou reconhecer que estive pensando na mesma
coisa que você e me acabando
Não sei até quando vou resistir a essa tentação,
se é podemos chamar assim essa atração
Não me peça para fazer o que eu estou afim
E nem questione os sentimentos que existem em mim
(...)
Mas tem algo mais importante do que isso
Assumi com Deus um compromisso
E não há nada que me faça voltar atrás
Nem você, nem o mundo ou algo mais
Se você tem mesmo todo esse sentimento
Não vejo problema esperar o casamento*

A última estrofe alterna as vozes do rapaz e da moça. A forma dialogal encontra ressonância no canto falado do *rap*, no estilo coloquial das frases e na performance dramatizada de uma situação comum à juventude solteira.

[Ele]: *Tudo bem já entendi o seu ponto de vista*

[Ela]: *Eu te amo de verdade, mas não insista*

Certamente essa é sua última palavra

Pode crer você não vai conseguir nada

Tudo bem, me desculpe não foi minha intenção

*Não me venha com essa, não banque o santo, não diga que não, não diga que não
tentou me seduzir*

Pode crer admito, agi errado, não levei em conta o que Deus diz do pecado

Agora vejo que você está mais consciente

*Como cristão tenho que ser inteligente
Eu sei que é duro admitir uma fraqueza
Não se preocupe Deus é minha fortaleza
Desse jeito com você até o fim
Se está bom pra você também está bom pra mim
Mas se de novo vier a tentação?
Venceremos juntos com oração
Sendo assim nada vai nos vencer
E novamente vou poder dizer
Que eu tenho por você um grande sentimento
Não vejo problema em esperar o casamento*

A cena do *hip-hop gospel* no Brasil apresenta visual “descolado” e prédicas ou sermões em linguagem coloquial, mas as orientações têm contornos tradicionais quanto à carência familiar, sexualidade e drogas. Desse modo, a despeito da existência de *rappers* que fazem a apologia da sexualidade exacerbada, do machismo e do exibicionismo consumista, o que se constitui em claros valores anticristãos, no universo *gospel* os cantores do *hip hop* não desafiam os valores evangélicos predominantes. Antes, os afirmam.

O CD *Heart in Motion* (1991), com cinco milhões de cópias vendidas, da cantora norte-americana Amy Grant, gerou controvérsias no meio evangélico devido à presença de poucas canções com referências escriturísticas (bíblicas) diretas. Contudo, para a cantora, o “álbum tratava de relacionamentos e foi lançado para comunicar-se com uma audiência mais jovem” (BIELEN, 1999, 162).

A atração da juventude pela religião e pela música *gospel* parece estar na apropriação de objetos e símbolos mundializados e na criação de alternativas cristianizadas de consumo de cultura popular. No relato de uma experiência neopentecostal no Quênia, Damaris Parsitau entende que a cultura *gospel* providencia espaços “onde a juventude afirma seu direito de ser notada, ouvida e reconhecida como processadora de cultura, a despeito de nacionalismos”.¹²⁸

A música *pop* é de grande fascínio para as subculturas jovens. Adolescentes e jovens acompanham seus artistas prediletos por meio de revistas, rádio, TV e internet, adotam o estilo demarcador de vestuário, de linguajar e de linguagem corporal, formam comunidades musicais de discussão sobre a música e o comportamento dos artistas e procuram participar de shows ao vivo e freqüentar baladas, onde são valorizados seus rituais particulares de

¹²⁸ Disponível em <www.usask.ca>. Acesso em 23 out. 2007.

expressão. “Em muitos níveis importantes, então, a música atua de forma semelhante à religião, e as subculturas musicais funcionam como uma comunidade religiosa, embora de uma maneira não-consciente e pós-moderna” (SYLVAIN, 2002, p. 4).

Rafael Silva, 21 anos, adepto da Igreja Bola de Neve, assegura que

as pessoas criam esse estereótipo de que ser cristão é ser chato. (...) A gente pode tudo, tem a mesma liberdade que qualquer um. Só que fazemos escolhas. E, na minha opinião, fazemos as melhores (entrevista à revista *Veja*, 2008, p. 136).

Apesar dos ventos liberalizantes que sopram sobre os costumes e tendências jovens, o teólogo Nicanor Lopes, da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), deixa entrever que o fator entretenimento tem moldado as práticas dos novos pentecostais.

De um lado, as igrejas tradicionais deixaram de reprimir o ato de ver TV, ir à praia, de usar maquiagem, cabelo curto e roupas da moda. De outro, os pentecostais passaram a fazer de seus cultos verdadeiros shows de música e dança, proporcionando-lhes um caráter de entretenimento. Isso atraiu muitos jovens (idem, p. 137).

O contexto de interação midiático-religiosa tem contribuído para que o estilo de vida, os eventos e as músicas da cultura *gospel* sejam um ponto de atração para jovens de distintas classes sociais que tem encontrado nesse universo musical-religioso formas fundamentais de expressão e comunicação.

Melinda Weekes questiona o pragmatismo absoluto atribuído aos novos evangélicos ao analisar que a cultura *gospel* não recomenda a máxima de que “os fins justificam os meios”, mas simplesmente apresenta novas músicas para novos tempos.¹²⁹

Tem-se evidenciado, de fato, uma extremada polarização de argumentos no campo da música cristã e sua dinâmica de inovação. De um lado, há o pensamento que subestima o processo de hibridez que tem regido historicamente a elaboração da música cristã e que idealiza um passado de pureza formal, e de outro lado, há o argumento que superestima a capacidade de sacralização de gêneros e performances seculares e que, ao deixar de questionar o relativismo que nivela positivamente a totalidade dos objetos culturais, tem abraçado acriticamente todo ponto de inovação.

O evangelismo juvenil por meio do entretenimento pop-religioso encontra ampla aceitação devido a seu modelo que reconfigura ou refuncionaliza as práticas culturais de seu tempo. O processo de pentecostalização ou carismatização da cultura *pop* (de festas à programas de rádio e TV, da performance à indumentária, de métodos publicitários à arranjos

¹²⁹ Visualizado em <www.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em 13 fev. 2008.

musicais) tem repercutido diretamente sobre as históricas distinções entre sacro e secular e, ainda, tem modificado as atividades litúrgico-musicais das igrejas católicas e evangélicas.

O *gospel* providencia uma experiência religiosa que é a estrutura e o objetivo da própria música e, também, provê novos padrões de atividades rituais coletivas. O neopentecostalismo providencia a filosofia e a visão de mundo que dão sentido a essas experiências ao passo que a cultura musical *gospel* formula alternativas religiosas para o consumo do *pop* secular. É possível ressaltar, portanto, que a pentecostalização da música *pop*, ainda que controversa, tem providenciado a música que os jovens querem com as letras que os pais preferem.

As considerações finais a respeito da temática discutida ao longo dessa pesquisa suscitaram a seguinte questão: o *gospel* “é” *pop* ou o *gospel* “está” *pop*?

Afirmar que o *gospel* “está” *pop* significa entender que esse estilo musical nem sempre esteve alinhado às práticas musicais do *pop*, além de prognosticar que, no futuro, o *gospel* pode não mais operar segundo a linguagem *pop*.

Por outro lado, a compreensão de que o *gospel* “é” *pop* resulta do reconhecimento de que, desde os primeiros anos do século XX, os músicos introdutores do *gospel* nos Estados Unidos procuraram justapor práticas musicais do circuito fonográfico secular à dinâmica de inovação da música evangélica e, ainda, provém da observação de que o processo de inserção e consolidação do *gospel* no Brasil não escapou à lógica da cultura das mídias *pop*.

A mimetização do *pop* não passa somente pela reprodução dos estilos musicais populares e das performances vocais e cênicas de astros da música. A cultura *pop* representa, também, o conjunto de peculiaridades que distinguem a celebridade midiática e os formatos de divulgação de um objeto artístico.

A canção *gospel*, além de ter raízes fincadas na refuncionalização da música popular massiva, é modelada pela tríplice característica do *pop*, conforme articulada por Simon Frith (ver subcapítulo 3.2). No aspecto das *convenções sonoras*, os formatos musicais do *gospel* nacional assemelham-se aos estilos *pop* das mídias, o que produz dificuldade de distinção entre ambos. Em determinadas letras, a abdicação de termos da tradição cristã e a irreverência do tratamento de temas indeterminam a origem da música. No âmbito das *convenções de performance*, observa-se que o modo de cantar e a postura cênica do cantor evangélico assimila performances vocais e gestuais de artistas *pop* seculares. Por fim, o *aspecto sócio-mercadológico* do meio *gospel* admite os formatos publicitários de vendagem e os mecanismos de construção social da fama propalados pelo mercado da música *pop*.

Não é implausível assegurar que o *gospel* “continua sendo” *pop*, considerando seu surgimento no espaço urbano de confluência das diversas mídias e sua integração deliberada aos símbolos e imagens do cenário *pop*, ainda que com o propósito de evangelizar.

Em um exercício de previsão, pode-se dizer que o *pop* continuará sendo uma tendência econômico-cultural dominante e que o *gospel* dificilmente deixará de reproduzir os estilos gestados na mídia *pop*, considerando-se que a adoção desses estilos tem sido uma estratégia favorável de atualização para conservar e atrair fiéis. Além disso, a abdicação do circuito *pop* poderia decretar o declínio financeiro de gravadoras e conglomerados midiáticos evangélicos. Assim como a cultura *pop*, a cultura *gospel*, mais que estilo artístico, é também um modo de trabalho e produção.

4.3 Gospel no Brasil: discursos pré-modernos, modernos e pós-modernos

A proliferação de códigos midiáticos divulgados massivamente nas últimas décadas do século XX impactou decisivamente os métodos de elaboração e publicidade da música popular. Considerada um sinal da pós-modernidade, a disseminação globalizante dos símbolos das mídias gerou redes de cruzamento cultural e processos de apropriação e ressemantização de sons e imagens de acelerada inserção social.

O ideário artístico pós-moderno reflete a celebração da diferença, a exaltação das imagens, a superficialidade e o simulacro, a negação de historicidade, a rejeição do julgamento de gosto e do sentimentalismo. Além disso, o pastiche, a intertextualidade, a autorreferencialidade, a paródia e a ironia são marcas da arte pós-moderna (MANUEL, 1995, p. 229). Sob essa perspectiva, a música *gospel* parece não ter sido submetida às inovações e mudanças, uma vez que as características relacionadas não são encontradas no repertório do *gospel* nacional.

Mesmo o tom paródico aparente ou a valorização de identidades musicais locais observadas no cenário da canção *gospel* nacional não podem ser relacionadas às propostas pós-modernistas, visto que tal gosto pela paródia está mais para irreverência inconsequente do que para exercício autoirônico e sua propalada celebração cultural do diferente esbarra nos limites do pensamento social conservador.

Alguns autores têm enfatizado uma visão totalizadora e demasiado abarcante da pós-modernidade, como se a teoria pós-modernista fosse uma espécie de “Toyota do pensamento:

produzido e montado em diversos locais diferentes e depois vendidos em toda parte” (CONNOR, 2000, p. 24). É necessário, porém, reconhecer que a pós-modernidade mobiliza a interação com outras instâncias culturais, sendo a coexistência com ações pré-modernas e atitudes modernistas um corolário, e não um apanágio, da cultura pós-moderna.

Enquanto os vídeos de David Byrne e Laurie Anderson chamavam a atenção para a superficialidade e a instabilidade do suporte midiático (o videoclipe, a TV) e, também, assim como o cinema de Quentin Tarantino (*Pulp Fiction*, *Kill Bill*) e Jean-Luc Godard (*Acossado*, *Pierrot le Fou*) apresentava um elevado grau de associação com a multirreferencialidade, com a intertextualidade e com discurso paródico e autoirônico, outros músicos e cineastas reordenavam as influências pós-modernistas dentro de um arcabouço modernista e, até mesmo, tradicional.¹³⁰

Os músicos *pop* não demonstram interesse em fazer de suas canções signos abstratos ou bricolagens vanguardistas que somente fariam sentido para um nicho elitizado. Mas as estratégias pós-modernistas podem servir aos propósitos de inovação e reconfiguração de um gênero musical. O vídeo saturado de imagens em preto-e-branco em alternância com o colorido, a combinação de elementos originários de universos distintos (como a recriação de cenários de épocas passadas mesclada com artefatos do tempo presente) ou mesmo a ironia *chic* da *Pop Art*, são signos absorvidos pela indústria da música *pop* e reutilizados em um contexto de orientação das demandas do mercado ou de adequação à fluidez desse mercado.

Formas de arte podem operar pela combinação do pós-moderno com formas de significação (ou não-significação) moderna ou pré-moderna. De um lado, a própria coexistência de tantos discursos em uma mesma obra de arte implica a pós-modernidade como pré-condição subjacente; mas a estética pós-moderna, embora inegavelmente importante, pode somar-se como apenas uma parte da expressividade percebida em uma determinada obra de arte (MANUEL, 1995, p. 238).

As canções do *hip hop* são entendidas por Peter Manuel como uma legítima amostra da confluência de instâncias culturais tradicionais, modernistas e pós-modernas. Os videoclipes do *rap* norte-americano empregam recortes da estética pós-moderna em sua

¹³⁰ Tanto cineastas renomados, como David Lynch e Lars von Trier, quanto pouco conhecidos diretores de filmes de curta metragem de diversas partes do mundo costumam operar em chave pós-moderna, criando autênticos quebra-cabeças estéticos. Alguns diretores do circuito hollywoodiano organizam cenas dessa ordem, mesmo que em trabalhos mais convencionais: Ridley Scott, em *Blade Runner* (1982) e sua discussão do simulacro e saturação de signos; Brian de Palma e as cenas de citações de filmes de Alfred Hitchcock (*Dublê de Corpo*) e Sergei Eisenstein (*Os Intocáveis*); o pastiche visualizado na recriação do *film noir* no cinema contemporâneo e também nas sessões de ficção e aventura das matinês dos anos 1930 na série *Indiana Jones*, de Steven Spielberg e *Star Wars*, de George Lucas. Para Frederic Jameson, o pastiche seria a paródia sem humor.

edição de imagens, mas se apresentam como modernistas em razão de “situar seus sujeitos não em uma realidade sintética virtual, mas na geografia social específica do gueto” (idem, p. 233). As letras coloquiais de arrogância machista ou de insatisfação política e social representam um discurso enraizado em discursos pré-modernos, não apenas devido aos significados expressos nos temas abordados, mas manifesto em sua narrativa formal linear e tradicional.

O hibridismo cultural pode ser visto como uma senha decodificadora para a análise da canção popular em face dos processos de justaposição e aglutinação, de combinação e colagem verificados nas práticas musicais. Na ótica de Herom Vargas, “a canção popular, pelo fato de estar vincada pela vivência nas ruas, no trabalho e nos rituais sociais, de pobres e ricos, alfabetizados ou não, tende a receber elementos com facilidade e a sintetizá-los com maior velocidade” (2007, p. 203).

A música *gospel* é uma resultante histórica de combinações e recontextualizações de formas cancionais organizadas para satisfazer as exigências espirituais e artísticas dos cristãos de variadas épocas. A aproximação dessa música em relação aos formatos estilísticos da música *pop*, no século XX, sinaliza para o entendimento da música cristã contemporânea como um amálgama de discurso tradicionalista e estética moderna deflagrada na conjuntura de globalização das mídias e religião individualizada inerente à cultura pós-moderna.

O estilo “louvor e adoração” de Aline Barros e do Ministério Diante do Trono apresentam letras conservadoras de uma retórica pré-moderna, mas não por isso menos eloqüente ou atrativa. A ausência de densidade teológica pode ser verificada tanto nas produções dirigidas ao público infantil quanto nos trabalhos destinados aos jovens e adultos, o que constitui uma orientação anti-intelectualista das tradições pré-modernas, no sentido de estímulo à experiência sentimental e descarte da reflexão racional.

Nas canções do entretenimento santificado nos estilos do *funk* e do axé-pop, a rejeição ao tradicionalismo lírico cristão pode ser visto como influência pós-moderna, o que, de certa forma, é um processo intuitivo que decorre da cosmovisão pentecostal e carismática de acelerada valorização da dança, da festividade, da descontração.

O *rap gospel* emprega a colagem do *sampler* e a citação autorreferente em semelhança com seu correspondente secular. O discurso marcadamente politizado de denúncia social não é encenado num cenário virtual, antes prefere fixar seu raio de ação nos locais urbanos da periferia com suas ruas corrompidas, suas construções degradadas e seus jovens moradores sem perspectivas de profissionalização formal.

Os videoclipes do grupo de *hip hop* Ao Cubo, apesar de distanciados da descontração de letra e visual dos clipes de Adriano Gospel Funk ou do vídeo *Batismo no Ônibus* (de Andréa Fontes), apresentam uma narrativa linear, sem questionamentos com a representação da imagem ou preocupação com a noção de simulacro. Embora algumas canções do *rap* neopentecostal tenham lançado críticas à sociedade do espetáculo, os artistas *gospel* são partes da inescapável espetacularização pós-moderna que atinge o cerne das igrejas cristãs.

Entretanto, o *rap* e o *funk* em suas versões *gospel* têm alguns de seus conteúdos marcados pela tradição, como a pregação de castidade (antes do casamento) e fidelidade conjugal, enquanto as canções dos ministérios de louvor preconizam atitudes pré-modernas nas letras que estimulam a oferta de fenômenos mágico-religiosos, como o milagre instantâneo e a fala em línguas incompreensíveis.

A pós-modernidade acentua o hibridismo cultural por meio da convivência de identidades diversificadas, da intensa midiaticização e da simultaneidade de estilos distintos, o que leva a uma constante modificação da paisagem sonora urbana. Os novos imperativos religiosos, que combinam estratégias modernas de mercado ao reprocessamento de preceitos cristãos tradicionais, viabilizam a prática musical que integra novas tecnologias e velhos conteúdos. Nesse cenário, há cantores que se autodenominam sacerdotes e ao mesmo tempo participam de tarde de autógrafos e promovem marcas e acessórios, há crítica ao espetáculo midiático em contraste com a espetacularização da religião observada nos eventos e nas performances musicais e há uma urgente oferta de salvação formulada com os métodos da diversão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao contrário de algumas previsões que anunciavam o surgimento de um mundo pós-religioso ou pós-confessional, as sociedades humanas vivenciam, desde as últimas décadas do século XX, um período de intensa “reevangelização”, seja de caráter pentecostal, seja de valorização das religiões de matriz africana, seja de disseminação do espiritualismo ou de seitas relacionadas à Nova Era.

Não há sinais, por enquanto, de uma *retomada da religião* no que diz respeito a um monopólio institucional ou a uma capacidade de intervenção nas decisões políticas globais – à exceção notória de partes da Ásia (Índia, Afeganistão, nações do Oriente Médio) em que a instância religiosa oficial coordena ações políticas e comportamentos sociais e onde a inserção de denominações religiosas de origem estrangeira enfrenta maiores barreiras.

A pós-modernidade apresenta-se como um cenário de *continuidade*, não de ressurgimento, da religiosidade e da fé. A persistência do cristianismo na contemporaneidade ocorre por meio da necessidade de atualização constante em um mundo em constante inovação. Desse modo, o carismatismo católico e o neopentecostalismo agregam as mudanças tecnológicas e elegem as mídias como campo privilegiado de circulação de mensagens evangelizadoras, sendo a música *gospel* o vetor de aproximação em relação às estratégias de publicidade e ao mercado de bens de consumo secular e cristão.

As igrejas evangélicas históricas ou tradicionais pouco escaparam ao avanço pentecostal, vendo-se obrigadas a elaborar estratégias de manutenção da membresia e de atração de novos conversos. Entre essas estratégias está a introdução da música de louvor e adoração nos serviços litúrgicos, em que os hinos da tradição protestante perdem espaço para as canções contemporâneas de grupos e cantores de orientação pentecostal. Embora em escala bem inferior à expansão pentecostal, as igrejas protestantes tradicionais não deixam de agregar novos fiéis. Isso ocorreria devido à rejeição dos novos conversos dirigidas a certas práticas sensacionalistas pentecostais, devido à procura de satisfação de demandas espirituais e não de cura física ou de atendimento de necessidades básicas ou, ainda, devido à busca de maior esclarecimento bíblico-doutrinário?

A relativização da autoridade institucional é tensionada pela crescente autonomia do fiel, cuja independência se expressa na formulação de uma religiosidade própria organizada de acordo com as ofertas de uma vitrine religiosa. A noção de um Deus acentuadamente

pessoal e imanente favorece a experiência intuitiva e o conhecimento sensorial como índices da nova espiritualidade, a qual é estimulada por uma música que reverbera a visão pentecostal de contato íntimo com a divindade por meio do êxtase glossolálico, do choro compulsivo e do gestual simbólico.

As práticas musicais do neopentecostalismo nacional refletem a cosmovisão pentecostal que preconiza um cristianismo menos impermeável às mudanças culturais e formata um evangelismo mais pragmático e direcionado às jovens tribos urbanas e aos grupos sociais marginalizados. Letras, músicas, arranjos, performances, comercialização do artefato musical são todos elementos convergentes de comunicação dos novos valores da comunidade evangélica e ressaltam sua visão de mundo.

A continuidade da dominante cristã tem sido marcada por alguns fatores cuja conjugação contribui decisivamente para o nivelamento entre sagrado e profano na esfera evangélica, como a sacralização de gêneros musicais *pop*, a ética de consumo, a inserção pentecostal nas mídias e a renovação das atividades litúrgicas. Ao mesmo tempo, esses fatores se descobrem como resultantes de um processo difuso de “dessacralização” de dogmas, costumes e tradições religiosas.

A música *gospel* congrega gêneros musicais, como o *funk*, o *rap*, o forró e o axé-pop, de forte capacidade animogênica e de acentuado vínculo com festas e diversões seculares. Esses estilos são retirados do universo midiático secular e ressignificados nas práticas musicais dos novos pentecostais, que os dotam de sentido religioso com a inserção de uma nova letra e um propósito diferente.

A apropriação da canção popular não é um atributo particular do novo modo de ser evangélico. Embora em conjunturas sócio-religioso-culturais bastante diferentes e com meios de produção artística tradicionais, alguns modelos de apropriação/adequação litúrgica podem ser encontrados no protestantismo resultante da Reforma e, também, nos cultos avivalistas norte-americanos do século XIX. No século XXI, a ressemantização de estilos como o *funk* ou o axé está inserida na tradição pentecostal de mínima preocupação com a origem de um estilo musical e de máxima elaboração de canções que denotam similaridade em muitos aspectos musicais e extramusicais que marcam o repertório *pop*.

Além disso, cresce a quantidade de eventos, como festas, baladas e cristotecas, em que os estilos musicais dançantes são tocados ao vivo, ou eletronicamente por um DJ *gospel*, ao passo que a postura no palco e o figurino customizado de artistas seculares são reproduzidos no gestual teatralizado e no visual de diversos artistas neopentecostais, os quais, também, recebem tratamento de estrelas *pop* por parte dos fãs evangélicos.

O consumo de CDs e DVDs é estimulado na medida em que se aumenta a expectativa do público por meio da divulgação do sucesso de um cantor *gospel* e, ainda, por meio do surgimento da figura do garoto-propaganda *gospel*. Ao anunciar artigos musicais ou roupas e acessórios, o artista evangélico, visto pelos fiéis como portador da unção divina, passa a ser visto como símbolo de marcas de bens e serviços.

A construção da identidade *gospel* está na agenda de visibilidade social do neopentecostalismo, sendo os empreendimentos comerciais evangélicos um vetor de elevação da autoestima dos fiéis, que veem sua confissão religiosa adquirindo respeitabilidade, apesar da existência de denúncias de corrupção de alguns líderes evangélicos.

Não se pode, sem os riscos de desumanizar as pessoas que consomem os diversos produtos religiosos e de se esgueirar pelo território do senso comum, atribuir ao consumo evangélico um caráter estritamente negativo. As produções da indústria fonográfica *gospel* apontam rumos musicais para o louvor pentecostal e contribuem para as experiências de adoração dos fiéis, enquanto a oferta de espaços seguros de entretenimento e lazer é considerada pelos frequentadores como uma oportunidade tanto de diversão sadia quanto de afirmação coletiva da identidade evangélica.

A aquisição de um grande número de redes de comunicação midiática auxilia na disseminação da cultura *gospel* e na organização de megaeventos, nos quais a música é o fator dominante de atração, o espetáculo religioso atende requisitos de profissionalização e o caráter supradenominacional supera as diferenças de interpretação bíblica entre as igrejas.

O esforço de conferir sentido aos conteúdos cristãos tradicionais para as novas gerações exige o remodelar das práticas musicais, o que, dentro da cultura *gospel*, assinala a mimetização de eventos seculares e aciona a assimilação de estilos musicais populares em voga nas mídias.

Observa-se, então, que o nivelamento entre sagrado e profano procede do sentido de missão evangelística de propagação do ideário cristão. O comando missiológico de “levar o evangelho a todo o mundo” funciona como justificativa para a apropriação de ritmos e melodias *pop*, sendo a juventude o alvo privilegiado de artistas e gravadoras. Por um lado, acolhe-se a renovação musical como produtora de relevância dos conteúdos cristãos para as secularizadas faixas juvenis, e de outro lado, censura-se o utilitarismo neopentecostal, cujo valor da forma comunicacional (a música *pop* e suas convenções de performance) é determinado pelos fins que almeja (a conversão).

Enquanto a música pop-religiosa encontra-se consolidada na cultura *gospel*, há críticos que argumentam que a dimensão da *canção pop com letra religiosa* contribui para o enfraquecimento das distinções entre os domínios do sagrado e do secular.

Os músicos do universo *gospel* representam essa contradição aparente, posto que a consideração de que a letra/mensagem é capaz de *sacralizar* o estilo musical *pop* tem em contrapartida o argumento de que a mensagem pode estar sendo *dessacralizada* pelo estilo, comprometendo, assim, a pertinência e o sentido da mensagem original.

Entende-se que a *refuncionalização integral* de um dado repertório passa pela necessidade de atender a novas exigências estéticas e a antigas demandas espirituais dos evangélicos contemporâneos, mas também deveria orientar o cancionista cristão em suas escolhas artísticas e teológicas, incluindo sua performance vocal e gestual, sua produção de melodias e arranjos, sua capacidade de lidar com temáticas de alta reflexividade sem incorrer em equívocos hermenêuticos e vulgarizações homiléticas, seu autodistanciamento de atitudes de *popstar* e seu posicionamento crítico quanto à espetacularização da música *gospel* e da religião.

A ética da refuncionalização da música *pop* é definida pela cosmovisão pentecostal que articula, também, os modos de conduta e os novos comportamentos e ações dos evangélicos.

Verificou-se, entretanto, no cerne da cultura *gospel* neopentecostal, a adoção de estilos musicais, de matriz nacionalista ou globalizados, em interação com o *marketing* de artistas evangélicos, e também com a promoção de festas e de espaços de confluência jovem e com a criação de prêmios para os mais bem-sucedidos, evidenciando-se uma fusão da estrutura midiática com a aura religiosa.

A configuração da indústria fonográfica *gospel* brasileira ressalta a sistematização da competitividade e da busca de meios, muitas vezes sensacionalistas, de divulgação de editoras, gravadoras, programações de rádio e televisão, produção de DVDs, comercialização de objetos musicais e circulação de novos artistas.

Alguns dos compositores relacionados nos capítulos dessa pesquisa têm se deixado orientar por uma teologia de superfície que evita o adensamento de temas religiosos nas suas letras. O emprego de gírias e de jargões identificados com subculturas urbanas jovens servem aos propósitos de facilitar a comunicação com um determinado público e dar relevância a conteúdos tradicionais do cristianismo. Esse processo, também, resulta em superficialidade hermenêutica, em distorções de conteúdos doutrinários e em subtração da solenidade e da reverência em prol da festividade e da descontração.

Há determinados aspectos da música *gospel* que são indicadores dos conteúdos teológicos que caracterizam a cosmovisão pentecostal ao mesmo tempo em que expressam uma integração ao universo *pop*:

- a) A similaridade da *canção pop-religiosa* quanto ao percurso melódico, quanto à performance vocal e gestual e quanto à instrumentação do arranjo, em suma, a semelhança do *pop-gospel* em relação à música popular das mídias. A indumentária e o gingado da cultura *hip hop*, os jargões do *funk* carioca, o visual dos roqueiros e as coreografias do axé-pop são modos de conduta também assimilados, em maior ou menor grau, por compositores e cantores evangélicos pentecostais e católicos carismáticos;
- b) A consolidação da fórmula entretenimento-evangelismo, ou diversão e salvação, advém da oferta de espaços e períodos de lazer e descontração em logradouros públicos ou em auditórios virtuais de programas de televisão ao som de artistas *gospel*. Em locais fechados, disponibiliza-se mais uma função para a música cristã: servir como fundo musical para refeições em restaurantes, para conversas informais em um barzinho (*pub*), para a busca de relacionamentos amorosos.
- c) O evangelismo dirigido especialmente às faixas etárias juvenis apropria-se da estética musical com a qual os jovens estão familiarizados. As sonoridades que marcam a música *pop* e a linguagem repleta de expressões idiomáticas empregadas por adolescentes e jovens são itens adicionados à promoção de programações e eventos em que se procura conservar a fidelidade desse público à igreja e atrair os jovens não-convertidos.
- d) O estilo congregacional dos ministérios de louvor e adoração revelou-se capaz de incentivar uma participação mais ativa dos fiéis. Nota-se uma repetição dos moldes de canto e ministração de sucesso do Ministério de Louvor Diante do Trono, em que há acentuado estímulo ao êxtase pentecostal.

Originário dos ministérios musicais norte-americanos (Marcos Witt – para a comunidade hispânica nos EUA –, Paul Baloche, Don Moen) e australianos (Ministério Hillsong), o estilo louvor e adoração aportou no Brasil, na década 1990-2000, com ampla

aceitação por parte das congregações evangélicas e com plena assimilação da estética musical e das temáticas centrais.

Essa assimilação é identificada nas versões em português das canções estrangeiras, na indefectível gravação “ao vivo” das apresentações, na participação emocionada do público, na presença de um vocalista-líder carismático, na prolongada duração das músicas, no tempo concedido a longos momentos de intercessão improvisada e contrita, na produção conjugada de CDs e DVDs, na organização de encontros nacionais e internacionais na área do louvor e adoração, nas letras com reiteração ostensiva dos temas do milagre, da cura, da prosperidade, da intimidade com a divindade descrita de forma romântico-passional, da realza divina.

A ascensão musical e religiosa do Ministério de Louvor Diante do Trono, que se tornou referência para o surgimento de uma grande quantidade de grupos de louvor nas igrejas, ressalta as temáticas preferenciais do gênero e os modos de performance pentecostal durante as apresentações. O fenomenal sucesso do gênero louvor e adoração teve repercussões sobre a carreira de Aline Barros, cuja trajetória tomou novos rumos a partir dos álbuns gravados ao vivo nesse estilo. Sua discografia denota o ensejo de comunicar-se com diversos públicos: produções voltadas para crianças (incluindo bebês), pop/rock para as faixas juvenis e adolescentes, álbuns lançados para o mercado *gospel* hispânico e “louvor e adoração” para todos.

No decorrer da escuta das produções musicais que essa pesquisa exigiu, observou-se a diversidade formal e a densidade expressiva na abordagem dos conteúdos cristãos. O *funk* e o axé-pop *gospel* acionam dispositivos referenciais dos seus equivalentes musicais seculares, como a dança e a menor preocupação com a densidade da letra, o que pode ser tomado como base de uma religiosidade de estímulo ao entretenimento e à corporalidade. Com o intuito de comunicar claramente as mensagens do evangelho, os cantores e compositores que vertem aqueles gêneros para as igrejas pentecostais parecem estar incorrendo em vulgarização das doutrinas cristãs.

O *rap gospel*, a despeito da marginalização a que os círculos elitizados religiosos e seculares ainda lhe relega, reflete a interação entre a cultura politizada do *hip hop* e a cultura de nova moralidade da religião. Sem, no entanto, desconsiderar sua contribuição à espetacularização da religião e sua adesão às fórmulas *pop* de entretenimento juvenil, o *hip hop gospel*, do figurino ao canto falado, passando pelas bases rítmicas e harmônicas, confere às performances visuais, gestuais e vocais um sentido de missão que conjuga o esclarecimento político e a noção de santidade pentecostal.

O movimento do pentecostalismo renovado tem um equivalente nas modificações religiosas e culturais admitidas pelo carismatismo católico. As formas de reunião de multidões em estádios, ginásios e logradouros públicos, a vedetização das figuras do artista-levita e do padre-cantor, a representação simbólica do milagre religioso, a recontextualização do repertório *pop*, a midiaticização do conteúdo doutrinário e a busca de projeção social estão entre os caracteres semelhantes que identificam os mecanismos de evangelização de neopentecostais e carismáticos.

Observa-se, então, que a via da música cristã no Brasil não é de mão única. Um olhar muito distanciado não permitirá a visualização do cenário de multidiferenciação da música evangélica, pentecostal e católica que envolve situações de continuidade e de ruptura geradas no âmbito das atividades sacro-musicais.

Enquanto a renovação musical cristã acentua o caráter de continuidade no tocante aos modos de apropriação da canção popular massiva, por outro lado, a renovação *gospel* sinaliza para uma ruptura em relação aos tradicionais modelos institucionais e doutrinários.

A defesa intransigente da chamada “revolução *gospel*” tem acarretado o aparecimento de novas zonas de segregação e autonomia. *Segregação* em face do isolamento dado às músicas que perfazem a trajetória da hinódia cristã, o que traduz tanto o senso de não pertença ao passado quanto o sentido de presente perpétuo mobilizados dentro da cultura pós-moderna; e *autonomia* verificável no apego exacerbado a nova e excludente tradição surgida na dinâmica do *gospel* contemporâneo, ou seja, apenas os mecanismos e estratégias da cultura *gospel* são admitidos como satisfatórios para as demandas espirituais dos evangélicos e como instrumentos indispensáveis de evangelização da juventude.

Desse modo, ao mesmo tempo em que atua como um agente de continuidade dos mecanismos de apropriação musical pentecostal, o *gospel* assinala um processo de ruptura institucional e adota a inovação cancional como ferramenta de funcionalidade evangelística.

Considera-se que a noção de *apropriação* possibilitou o entendimento da ação de recontextualização do repertório acionada pelos cancionistas *gospel*. Nesse processo, os estilos musicais de circulação midiática, nacionais ou transnacionais, recebem um sentido e uma função diferentes do contexto de origem, em um cenário de bricolagem religiosa que estrutura a ressignificação e a refuncionalização do objeto musical.

O *gospel* pavimentou sua trajetória com a transladação do secular para os níveis do sagrado. Se há uma estética da música *gospel*, seria esta: a hibridação de suas formas musicais, uma apropriação de elementos considerados mundanos refuncionalizados para a esfera da igreja.

Diferentemente do reprocessamento dos estilos musicais populares dos cancionistas protestantes das denominações histórico-tradicionais, que ocorre em meio a conflitos e negociações, obviamente, mas em grau inferior de velocidade de assimilação, a refuncionalização da música *pop* no campo neopentecostal tem se caracterizado por um acelerado e industrial processo de assimilação estratégica.

Essa rapidez tem permitido pouco espaço para questionamentos e autocríticas, haja vista que a intenção espiritual dos músicos *gospel* é vista como argumento suficiente para validar seus procedimentos composicionais e performáticos. Desse modo, permanece o impasse: como questionar as ações e comportamentos de uma indústria religiosa se apenas as intenções subjetivas do coração podem ser consideradas?

Os sons e imagens do *pop* pentecostal não trafegam nas linhas artísticas pós-modernas de intertextualidade, autorreferencialidade, recusa do juízo de valor e ausência de sentimentalismo. Sua interação com a cultura da pós-modernidade incide em duas proposições: na midiaticização da mensagem religiosa, o que é necessário para os propósitos de divulgação dos conteúdos cristãos, e na coexistência de elementos pré-modernos e modernos agregados pela totalidade da cultura pós-moderna (embora esta segunda proposição mereça uma reflexão mais cautelosa).

Na pós-modernidade, a maior autonomia do indivíduo e a distensão emocional são marcas da religiosidade, o que resulta em liberdade de seleção de referências musicais para o sujeito (cantor/compositor/produtor), e o que, ainda, efetiva a flexibilização do culto, que passa a conter ingredientes relacionados ao espetáculo *pop* e a promover a transformação da congregação em platéia.

As temáticas doutrinárias são perpassadas pela interpretação individualizada, em que a pese a assecuração de valores cuja origem remonta à pré-modernidade, como a virgindade sexual antes do casamento, as metáforas bíblicas do Noivo e da Noiva, o reprocessamento da realeza divina segundo a visão hebraica e o dom de línguas ou glossolalia. Fatores como a supervalorização da intuição, o estímulo à catarse coletiva, a compreensão anti-intelectualista dos dogmas bíblicos e o “reencantamento” do cristianismo por meio de rituais mágico-religiosos que prescrevem a cura e a prosperidade como sinais da unção divina são índices de uma religião pós-moderna de matriz cristã, o pentecostalismo.

A música *gospel* não pode ser analisada através das lentes de uma musicologia que proscree o componente cosmovisão na conformação de um estilo ou que indefere os estudos culturais enquanto metodologia de avaliação da construção social das preferências musicais. As canções cristãs, assim como as canções *pop*, submetem-se a usos e referências múltiplas,

de ordem pessoal ou coletiva, o que torna necessário novos estudos sobre a refuncionalização dos gêneros midiático-populares pelos músicos protestantes, católicos ou pentecostais. Além disso, exames mais acurados dos processos de apropriação e recontextualização poderão fazer novas leituras sobre a recepção musical dos evangélicos.

A *pentecostalização* da cultura *pop*, a ética do sucesso legitimada pela figura do artista-adorador e a busca da religiosidade individualista são artigos que prefiguram as propostas da renovação musical evangélica em um processo que acompanha a mundialização do pentecostalismo, a globalização da lógica de mercado e o pluralismo confessional da sociedade pós-moderna.

Conclui-se que o envolvimento dos neopentecostais com a indústria musical tem remodelado as tradicionais distinções entre sacro e profano. Embora alguns analistas tenham identificado um caráter mercantil na oferta de bens religiosos de consumo e um processo de mercadorificação “profana” da religião, e tenham observado, também, a vulgarização do sagrado e a conseqüente perda da aura da canção religiosa, para os cantores *gospel* e os fiéis tais fatores constituem-se estratégia de evangelização massiva e resultado da benção divina.

Se o *gospel é pop*, deve-se à interação bem-sucedida entre religião e indústria musical, interação esta que confere legitimação religiosa para a conduta publicitária de difusão dos produtos, para a visibilidade social da identidade pentecostal e para o sentido de missão evangelística por meio da música.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A OPÇÃO pela elite. *Valor*, São Paulo, 30 abr. 2007, p. 6-10.
- AL FARUQI, Lois. Muwashsha: a vocal form in Islamic culture. *Ethnomusicology*, XIX, jan. 1975, pp. 1-29.
- ALMEIDA, Ronaldo de. A expansão pentecostal: circulação e flexibilidade. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. p. 111-122.
- AMSTALDEN, Julio. *A música na liturgia católica urbana no Brasil após o Concílio Ecumênico Vaticano II (1962-1965)*. Universidade Estadual Paulista (UNESP) Dissertação de Mestrado em Música, 2001.
- ANDERSON, Perry. *As origens da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- ASSMAN, Hugo. *A igreja eletrônica e seu impacto na América Latina: convite a um estudo*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- BAGGIO, Sandro. *Revolução na música gospel*. São Paulo: Êxodus, 1997.
- BALADA cristã. *Isto É*, n. 1947, ano 30, 21 fev. 2007, pp. 48-49.
- BALADA LoCal: sinônimo de diversão e salvação. *Up!Gospel*, n. 8, ano 2, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. *À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- _____. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- _____. *O sistema de objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1997.
- BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- _____. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- BENEDETTI, L.R. 2006. Religião: trânsito ou indiferenciação. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. p.123-134.
- BITTENCOURT FILHO, José. *Matriz religiosa brasileira: religiosidade e mudança social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BERGER, Peter. Protestantism and the quest for Certainty. In: *Christian Century*, 1998. Disponível em www.findarticles.com. Acesso em 20 out. 2008.
- BEYER, Leonard B. Toward a theory of style. In: Lang, Berel (ed.). *The concept of style*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1987.
- BILEN, Kenneth G. *The lyrics of civility: biblical images and popular music*, New York: Garland Publishing, 1999.
- BORN, Daniel. Secular Steeples: Popular Culture and the Religious Imagination. In: *The Christian Century*, v. 120, n. 24. 29 nov. 2003. p. 35+.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CAMPOS, Leonildo. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

- _____. Os mapas, atores e números da diversidade religiosa cristã brasileira: católicos e evangélicos entre 1940 e 2007. *REVER*, dezembro 2008, pp. 9-47.
- CAMURÇA, Marcelo A. A realidade das religiões no Brasil no Censo do IBGE-2000. In: TEIXEIRA, F & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. pp. 35-48.
- CANTAR com fé. *Veja*, ed. 2048, ano 42, n. 5, 2009, pp. 120-125.
- CASHMORE, Ellis (org.). *Dicionário de relações étnicas e raciais*. São Paulo: Selo Negro Edições, 2000.
- CARDOSO, Ciro Flamarion. Epistemologia pós-moderna, texto e conhecimento: a visão de um historiador. *Diálogos*, DHI/UEM. v. 3, n. 3, p. 1-28, 1999.
- CARRANZA, Brenda. Movimentos do catolicismo brasileiro: cultura, mídia, instituição. Universidade Estadual de Campinas (Tese de Doutorado em Ciências Sociais), Campinas, 2005.
- _____. “Católicos midiáticos”. In: TEIXEIRA, F & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006, p. 69-88.
- CESAR, Waldo & SHAULL, Richard. *Pentecostalismo e futuro das igrejas cristãs*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- CHAEFFER, Francis. *A morte da razão*. Belo Horizonte: Betânia, 1974.
- CHASE, Gilbert. *Do salmo ao jazz: a música dos Estados Unidos*. Porto Alegre: Editora Globo, 1957.
- CHITANDO, Ezra. *Singing Culture: a study of gospel music in Zimbábue*. Uppsala, Sweden: Nordistic Afrika Institutet, 2002.
- COLLINS, Lisa. *The gospel music round-up 2002*. Culver City, California: Eye on Gospel Publications, 2001.
- CONNOR, Steven. *Cultura pós-moderna: introdução às teorias do contemporâneo*. 3 ed. São Paulo: Loyola, 2000.
- CORNWALL, Judson. *Adoração como Jesus ensinou*. Venda Nova, MG: Betânia, 1995.
- CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. 2 ed. Bauru, SP: Edusc, 2002.
- CUNHA, Magali. “Vinho novo em odres velhos”: um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil. Universidade de São Paulo (Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação). São Paulo, 2004.
- _____. As igrejas e o uso do rádio e da televisão: a formação de uma nova cultura religiosa. In: BEOZZO, José Oscar. (Org.). *Comunicações, ética e cidadania*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 89-114.
- _____. *A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad X: Instituto Mysterium, 2007.
- CUSIC, Don. *The sound of light: a history of gospel music*. Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1990.
- DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. 13 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- DE MASI, Domenico. A sociedade pós-industrial. In: _____. (org.) *A sociedade pós-industrial*. 3. ed. São Paulo: Senac, 2000.

- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DERRIDA, Jacques. As duas fontes da “religião” nos limites da simples razão. In: VATTIMO, G. & DERRIDA, J. (org.). *A religião: o seminário de Capri*. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.
- DICIONÁRIO ENCICLOPÉDICO DA BÍBLIA. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1977.
- DOLGHE, Jacqueline. *Por uma sociologia da produção e reprodução musical do presbiterianismo brasileiro: a tendência gospel e sua influência no culto*. Universidade Metodista de São Paulo (Tese de Doutorado em Ciências da Religião) São Bernardo do Campo, 2007.
- DORNELES, Vanderlei. *Cristãos em busca de êxtase*. Engenheiro Coelho, SP: UNASPRESS, 2008.
- DOURADO, Henrique A. *Dicionário de termos e expressões da música*. São Paulo: Ed. 34, 2004.
- DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Ed. Paulinas, 1989.
- EAGLETON, Terry. *As ilusões do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- ESPECIAL RELIGIÃO. *Folha de S. Paulo*, Caderno Especial, 6 maio 2007.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- _____. *Como se faz uma tese*. 20 ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- ELES SÃO diferentes. E adoram isso. *Veja*, ed. 2077, ano 41, n. 36, 10 set. 2008, pp. 134-138.
- ELIADE, Mircea. *O mito do eterno retorno*. Coimbra, Portugal: Edições 70, 1999.
- ESSINGER, Silvio. *Batidão: uma história do funk*. São Paulo: Record, 2005.
- FEATHERSTONE, Mike. *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- _____. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- FERRY, Luc. *O homem-deus ou o sentido da vida*. Rio de Janeiro: Difel, 2007.
- FONSECA, Alexandre. *Nova Era evangélica, Confissão Positiva e o crescimento dos sem religião*. In: Jornadas sobre Alternativas Religiosas na América Latina, 8., São Paulo, 1998. Disponível em <<http://www.fflch.usp.br/sociologia/posgraduacao/papers>>. Acesso em 02 mar. 2007.
- _____. Igreja Universal: um império midiático. In: ORO Ari; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (org.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- FREDDI JUNIOR, Sérgio. *Música cristã contemporânea: Renovação ou sobrevivência?* São Paulo: Editorial Press, 2002.
- FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. Funk carioca: entre a condenação e a aclamação na mídia. *Eco-Pós*, vol. 6, n. 2, ago-dez 2003, pp. 60-72.
- FRITH, Simon. *Performing Rites: on the value of popular music*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1998.
- _____. *Taking popular music seriously: selected essays*. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2007.

- GABLER, Neal. *Vida, o Filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. Companhia das Letras, São Paulo, 2000.
- GARCIA CANCLINI, Nestor. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.
- GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.
- HAYNES, Karima A. The gospel controversy: are the new songs too jazzy and too worldly? *Ebony*, Mar. 1992: pp. 77-82.
- HAPPY HOUR Gospel. *Up! Gospel*, n. 5, ano 1, 2008.
- HEBDIGE, Dick. Style as homology and signifying practice (1979). In: Frith, Simon; Goodwin, Andrew (eds.). *On record: rock, pop and the written word*. London: Routledge, 1990, pp. 46-54.
- HERBERT, David G. Bruno Nettl's the study of ethnomusicology: thirty-one issues and concepts: an essay review. In: *International Journal of Education & Arts*, vol. 8, Review 2. Disponível em <<http://www.ijea.org/v8r2/v8r2.pdf>>. Acesso em 10 mar. 2008.
- HIMM, Sam. *Beijando a face de Deus*. Rio de Janeiro: Editora Danprewan, 2003.
- HOWARD, Jay R. & STRECK, John M. *Apostles of rock: the splintered world of contemporary Christian music*. Lexington, Kentucky: The University Press of Kentucky, 1999.
- HOBSBAWN, Eric. *A era dos extremos*. São Paulo: Cia. das Letras, 1997.
- HOUTARD, François. *Mercado e religião*. São Paulo: Cortez Editora, 2003.
- JACOB, César Romero et al. *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil*. Rio de Janeiro/São Paulo/Brasília: PUC-Rio/Loyola/CNBB, 2003, p. 216-217.
- JAMESON, Fredric. Reification and Utopia in Mass Culture. *Social Text 1*, Winter 1979, p. 130-148.
- _____. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: KAPLAN, Ann (org.). *O mal-estar no pós-modernismo: teorias e práticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- _____. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997.
- _____. *A cultura do dinheiro*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- _____. *A virada cultural: reflexões sobre o pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- JANOTTI JR, Jelder S. À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. *Eco-Pós*, vol. 6, n. 2, ago-dez 2003, pp. 31-46.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: Edusc, 2001.
- LYOTARD, Jean – François. *Moralidades pós-modernas*. São Paulo: Papirus, 1993.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo*. São Paulo: Manole, 2005.
- LOPES, Denílson. Da música pop à música como paisagem. *Eco-Pós*, vol. 6, n. 2, ago-dez. 2003, pp. 86-94.

- LÓPEZ, Julio. *La musica de la postmodernidad: ensayo de hermenéutica cultural*. Barcelona: Anthropos, 1984.
- LUCKMANN, Benita. The small life worlds of modern man. *Social Research*, 37 (4), 1970, pp. 580-596).
- MACEDO, Edir. *Vida em abundância*. Rio de Janeiro: Gráfica Universal, 1993.
- MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense, 1987.
- MAGNANI, J. G. C. O circuito neo-esotérico. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. p. 161-172.
- MANUEL, Peter. Music as symbol, music as simulacrum: post-modern, pre-modern and modern aesthetics in subcultural popular musics. *Popular Music*, vol. 14, n. 2 (May, 1995), pp. 227-239.
- MARASCHIN, Jaci. *A beleza da santidade: ensaios de liturgia*. São Paulo: Aste, 1996.
- MARINI, Stephen A. *Sacred songs in America: religion, music and public culture*. Urbana: University of Illinois Press, 2003.
- MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia de um novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999.
- _____. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. *Estudos Avançados*. 2004, vol. 18, no. 52, pp. 121-138. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000300010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 03 abr. 2008.
- MARTELLI, Stefano. *A religião na sociedade pós-moderna: entre secularização e dessecularização*. São Paulo: Paulinas, 1995.
- MARTIN, Berenice. From pre- to postmodernity in Latin America: the case of Pentecostalism. In: *Religion, modernity and postmodernity*. Oxford, UK: Blackwell Publishers, 1998.
- MARTIN, David. *Forbidden revolutions: Pentecostalism in Latin America and Catholicism in Eastern Europe*. Texas: SPCK, 1996.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- MESQUITA, Wania. Um pé no reino outro no mundo: consumo e lazer entre pentecostais. In: *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 117-144, jul./dez. 2007.
- MCRROBBIE, Angela. *Postmodernism and popular culture*. New York: Routledge, 1994.
- MENDONÇA, Antônio Gouvêa. Um Panorama do Protestantismo Atual. In: LANDIM, Leilah (org.). *Sinais dos Tempos: Tradições Religiosas no Brasil*. Rio de Janeiro: Instituto de Estudos da Religião, 1989. (Cadernos do ISER no. 22), pp. 37-86.
- _____. Evangélicos e pentecostais: um campo religioso em ebulição. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. p. 89-110.
- MIDDLETON, Richard. *Studying popular music*. Philadelphia: Open University Press, 1990.
- _____. *Reading pop: approaches to textual analysis in popular music*. New York: Oxford University Press, 2000.

- NAPOLITANO, Marcos. *História & música: história cultural da música popular*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.
- NEGUS, Keith. *Popular music in theory: an introduction*. Cambridge: Polity Press, 1999.
- NÉRI, Marcelo (coord.). *Economia das Religiões*. Rio de Janeiro: FGV/IBRE, CPS, 2007.
- NETTL, Bruno. *The study of ethnomusicology: twenty-nine issues and concepts*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press, 1983.
- NOVAES, Regina. Os jovens, os ventos secularizantes e o espírito do tempo. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. p. 135-160.
- Osborne, Peter. *The politics of time: modernity and avant-garde*. London: Verso, 1995.
- OS MELHORES da música gospel no Credicard Hall. *Backstage*, ed. 163, jun. 2008, pp. 106-108.
- ORO Ari; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (org.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- ORR, Leonard; RAY, Sondra. *Rebirthing in the new age*. Bertheley, CA: Celestial Arts, 1983.
- ORTIZ, Renato. Do sincretismo à síntese. In: _____. *A consciência fragmentada: ensaios de cultura popular e religião*. São Paulo: Paz e Terra, 1980.
- _____. *Cultura brasileira e identidade nacional*. 5 ed. SP: Brasiliense, 1994a.
- _____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994b.
- _____. *Mundialização: saberes e crenças*. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- PARSITAU, Damaris. "Then sings my soul": gospel music as popular culture in the spiritual lives of Kenyan pentecostal/charismatic christians. *Journal of Religion and Popular Culture*. Spring 2006. Disponível em <http://www.usask.ca/relst/jrpc>. Acesso em 10 out. 2007.
- PIERUCCI, Antônio Flávio & PRANDI, Reginaldo. *A realidade social das religiões no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- PRANDI, Reginaldo. *Os candomblés de São Paulo*. São Paulo: Hucitec-Edusp, 1991.
- PREUSS, Günther. Música rock e evangelismo. In: BACCHIOCCHI, Samuele (ed.). *O cristão e a música rock: um estudo dos princípios bíblicos da música*. Berrien Springs, Michigan: Biblical Perspectives, 2000. Disponível em <www.musicaeadoracao.com.br>.
- PÚBLICO fiel. *O Globo*. Segundo Caderno, n. 27509, 30 nov. 2008, pp. 1-2.
- REYSEN, Stephen. Secular versus religious fans: are they different?: an empirical examination. *Journal of Religion and Popular Culture*. Vol. XII: Spring 2006. Disponível em <www.usask.ca>. Acesso em 12 ago. 2008
- RIBEIRO, Lidice M. O protestantismo brasileiro: objeto em estudo. In: *Revista USP*, São Paulo, n. 73, mar-mai. 2007.
- RIOS DE louvor. *Igreja*, Atibaia, (2) 6, out-nov. 2006.
- ROJEK, Chris. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- ROUANET, _____. "A Deusa Razão". In: NOVAES, Adauto (org.). *A Crise da Razão*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

- SALLES, Paulo de Tarso. *Aberturas e impasses: o pós-modernismo na música e seus reflexos no Brasil, 1970-1980*. São Paulo: Ed. Unesp, 2005.
- SANTAELLA, Lúcia. *A cultura das mídias*. São Paulo: Ed. Experimento, 1996.
- SANTANA, I. K. A. Religião e mercado: a mídia empresarial evangélica. *Revista de Estudos da Religião*, n. 1, 2005, pp. 54-67.
- SANTOS, Suzy dos & CAPARELLI, Sérgio. *Crescei e multiplicai-vos: a explosão religiosa na televisão brasileira*. [s.d.]. Disponível em <<http://intexto.ufrgs.br/n11/a-n11a1.html>>. Acesso em 17 mar. 2008.
- SHUKER, Roy. *Vocabulário de música pop*. São Paulo: Hedra, 1999.
- SYLVAIN, Robin. *Traces of the Spirit: religious dimensions of popular music*, New York University Press, 2002.
- SOUZA, André R. *Igreja in concert: padres cantores, mídia e marketing*. São Paulo: Annablume, 2005.
- STEFANI, Wolfgang. *Música sacra, cultura e adoração*. 3. ed. Eng. Coelho, SP: Unaspres, 2006.
- STILES, John. Contemporary christian music: public relations amid scandals. *Journal of Religion and Popular Culture*. Vol. XI: Fall 2005. Disponível em <www.usask.ca>.
- STRAW, Will. Systems of articulation, logics of change: communities and scenes in popular music. *Cultural Studies*, 5, 3, 1991, pp. 368-388.
- TATIT, Luiz. *O cancionista: composição de canções no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1996.
- TAWNEY, R. H. *A religião e o surgimento do capitalismo*. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- TERRIN, Aldo Natale. *Nova Era: a religiosidade do pós-moderno*. São Paulo: Loyola, 1996.
- TORGOVNICK, Marianna. *Paixões Primitivas: homens e mulheres em busca do êxtase*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- TOURAINE, Alain. *A sociedade post-industrial*. Lisboa: Moraes Editores, 1970.
- UMA ONDA de adoração. *Eclésia*, São Paulo, n. 78, jun. 2002, pp. 48-57.
- VALENTE, Heloísa. *As vozes da canção na mídia*. São Paulo: Via Lettera, 2003.
- VAZ, Gil Nuno. O campo da canção: um modelo sistêmico para escansões semióticas. In: VALENTE, H. (org.). *Música e mídia: novas abordagens sobre a canção*. São Paulo: Via Lettera, 2007. p. 11-49.
- VELASQUES, Prócoro. Protestantismo no Brasil: da teologia à liturgia. In: MENDONÇA; VELASQUES. *Introdução ao protestantismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1990.
- VIANNA, Hermano. C-I-D-A-D-E-D-E-D-E-U-S. In: Nestrovski, Arthur (org.). *Lendo música: 10 ensaios sobre 10 canções*. São Paulo: Publifolha, 2007, pp.91-104.
- VICENTINI, Érica. *Sérgio Pimenta: canção e propaganda religiosa (1968-1985)*. São Paulo, FFLCH-USP, 2000 (Dissertação).
- WEBER, Max. *Economia e sociedade*. Brasília: Ed. UNB, 1991.
- WEEKES, Melinda E. This house, this music: exploring the interdependent interpretive relationship between the contemporary black church and contemporary gospel music. *Black Music Research Journal*. Spring-Fall 2005. Disponível em <www.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em 13 fev. 2008.

WILLIS, Paul. *Profane Culture*. London: Routledge & Kegan Paul, 1978.

WOLFE, Charles. "Gospel Boogie": white southern gospel music in transition, 1945-55. In: *Popular Music*, vol. 1, Folk or popular? Distinctions, influences, continuities (1981), pp. 73-82.

ZILLIOTTO, D. M. (org.). *O consumidor. Objeto da cultura*. Petrópolis: Vozes, 2003.

ANEXO A



CD Tempero do Mundo
(Ao centro, em pé, o senador Magno Malta)



Os Saqueadores (rap gospel)
(www.rapnacional.com.br)



Panfleto do 1º Black Mix Gospel



CD Coração de Louvor – Sula Miranda



CD Eu Amo Te Amar - Marcelo Aguiar



CD O Início – Priscilla Alcântara



CD Quero me Apaixonar – Diante do Trono



Grupo Os Arrebatados
(site www.mkmusic.com.br)



Cassiane em “Tarde de Autógrafos” (Comemoração 25 anos de carreira)
(site www.mkmusic.com.br)



Xuxa e Aline Barros
(www.evirt.com.br)



Aline Barros em Rio Claro (figurino Triton)
(www.alinebarros.com.br)



David Quinlan (www.fogoegloria.com.br)



Convite do 2º Festival Gospel em Israel (www.comunidadebrasilisrael.com.br)



CD Entre o Desespero e a Esperança -
Ao Cubo



CD Música de Guerra – Pregador Luo



Ana Paula Valadão
(www.diantedotrono.com.br)



CD Por Amor de Ti, Brasil



CD A Chave - Pamela



Carla Perez no bloco Algodão Doce (fev. 2008)
(www.terra.com.br)



Padre Fábio de Mello
(www.veja.com.br)

ANEXO B - Produções de Aline Barros



CD Aline Barros para Bebês



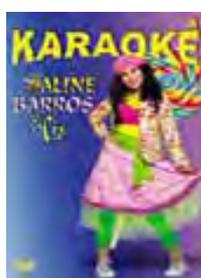
DVD Aline Barros e Cia



CD Aline Barros e Cia 2



CD O Poder do Teu Amor



DVD Karaokê
Aline Barros e Cia



CD Som de Adoradores



CD Aline (em espanhol)



Livro Reflexões de Paz



CD Duetos com Aline Barros