

Trabalho de Conclusão de Curso

Curso de Graduação em Geografia

**MÚSICA, PODER E FÉ: IMPLICAÇÕES TERRITORIAIS DA  
INDÚSTRIA CULTURAL E FONOGRÁFICA GOSPEL.**

Willian Otto Müller de Carvalho

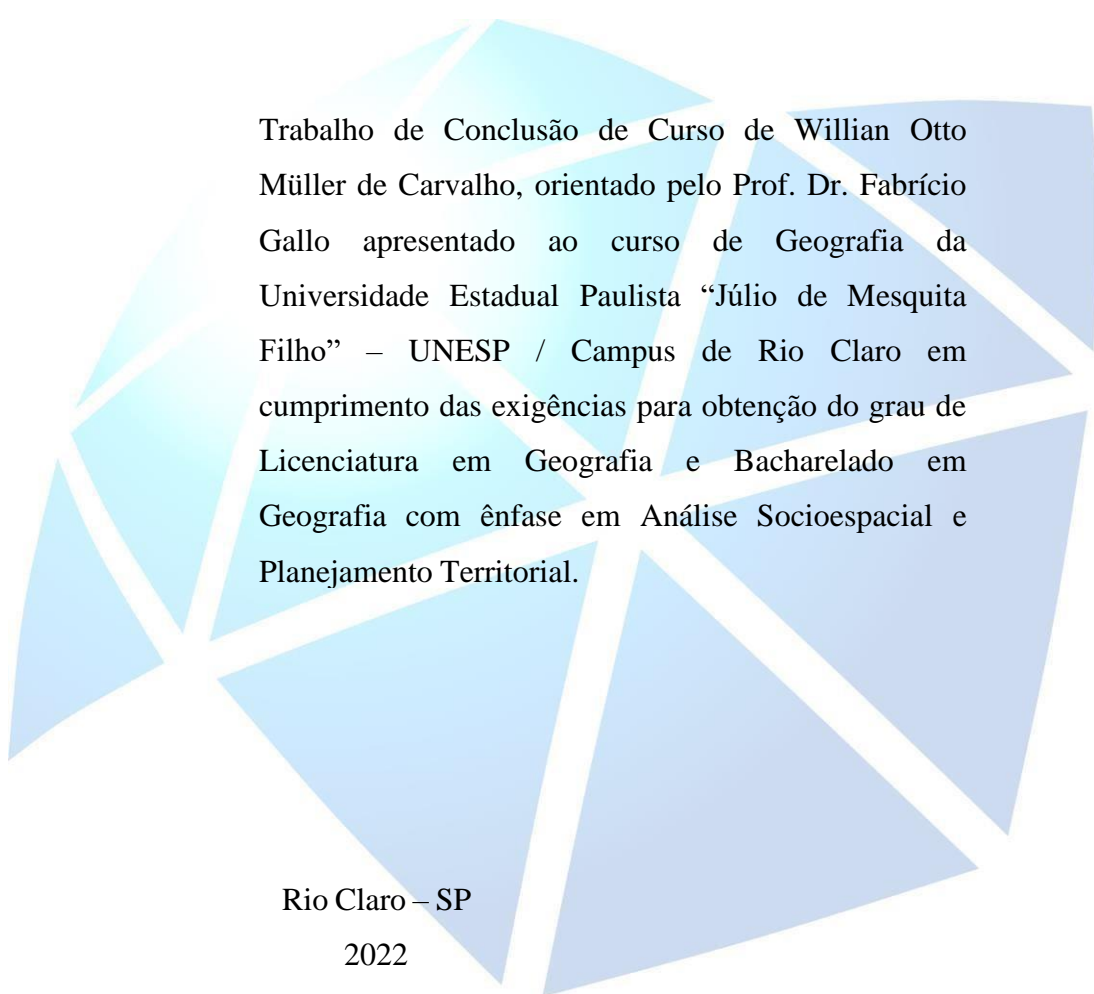
Prof. Dr. Fabrício Gallo

Rio Claro - SP

2022

WILLIAN OTTO MÜLLER DE CARVALHO

MÚSICA, PODER E FÉ: IMPLICAÇÕES TERRITORIAIS DA INDÚSTRIA  
CULTURAL E FONOGRAFICA GOSPEL.



Trabalho de Conclusão de Curso de Willian Otto Müller de Carvalho, orientado pelo Prof. Dr. Fabrício Gallo apresentado ao curso de Geografia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP / Campus de Rio Claro em cumprimento das exigências para obtenção do grau de Licenciatura em Geografia e Bacharelado em Geografia com ênfase em Análise Socioespacial e Planejamento Territorial.

Rio Claro – SP

2022

C331m

Carvalho, Willian Otto Müller de

Música, Poder e Fé : Implicações Territoriais da Indústria Cultural e Fonográfica Gospel. / Willian Otto Müller de Carvalho. -- Rio Claro, 2022

70 f.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado e licenciatura - Geografia) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Rio Claro

Orientador: Fabrício Gallo

1. Indústria Cultural. 2. Implicações Territoriais. 3. Música Gospel. 4. Geografia. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca do Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Rio Claro. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

WILLIAN OTTO MÜLLER DE CARVALHO

MÚSICA, PODER E FÉ: IMPLICAÇÕES TERRITORIAIS DA INDÚSTRIA  
CULTURAL E FONOGRÁFICA GOSPEL.

Trabalho de Conclusão de Curso de Willian Otto Müller de Carvalho, orientado pelo Prof. Dr. Fabrício Gallo apresentado ao curso de Geografia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP / Campus de Rio Claro em cumprimento das exigências para obtenção do grau de Licenciatura em Geografia e Bacharelado em Geografia com ênfase em Análise Socioespacial e Planejamento Territorial.

Comissão Examinadora:

Prof. Fabrício Gallo

João Paulo Rosalin

Renata Cristina Ferreira

Rio Claro, 27 de outubro de 2022.



Assinatura do Orientador



Assinatura do Estudante

MÚSICA, PODER E FÉ: IMPLICAÇÕES TERRITORIAIS DA INDÚSTRIA  
CULTURAL E FONOGRÁFICA GOSPEL.

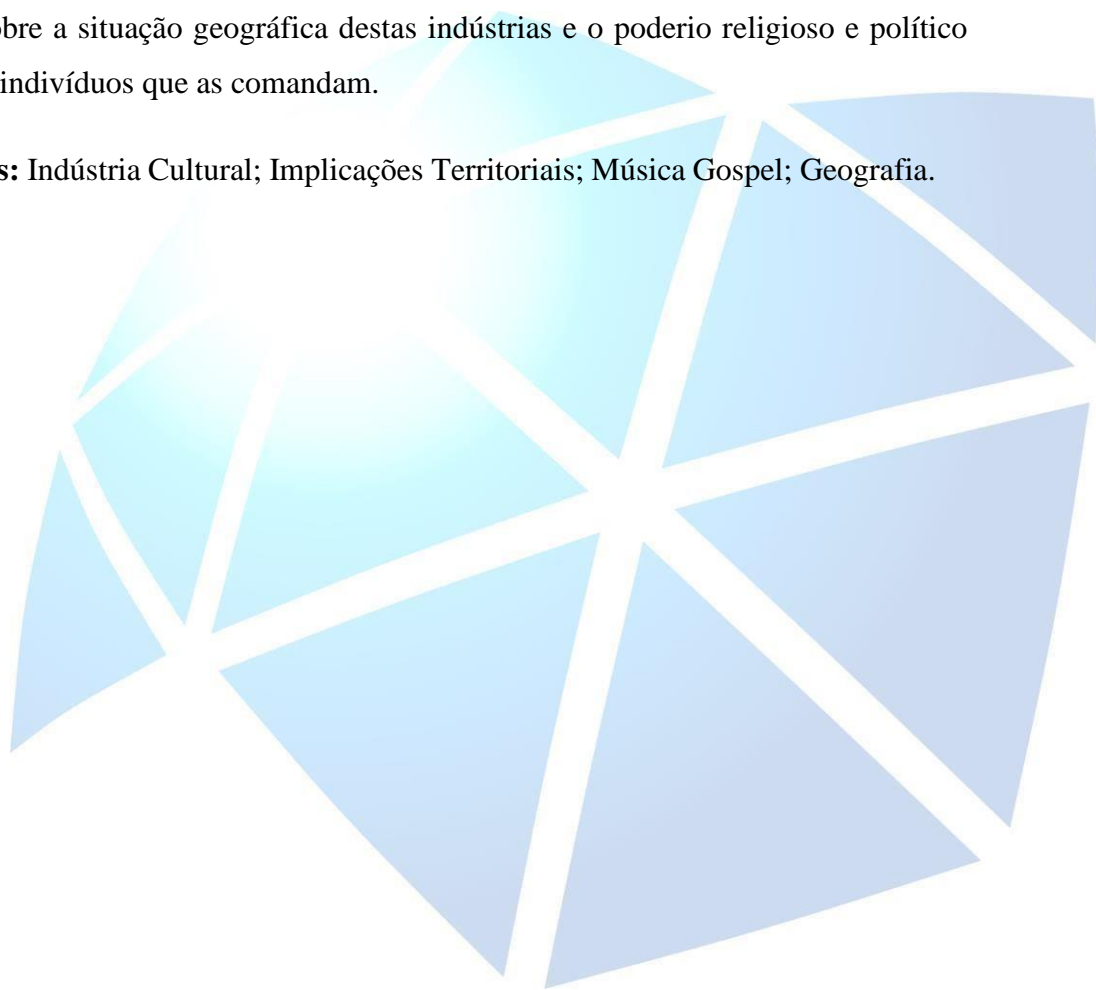
Willian Otto Müller de Carvalho

Prof. Dr. Fabrício Gallo

**RESUMO**

O presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo contextualizar as plataformas *mainstream*, focalizando na indústria voltada ao seguimento pentecostais e neopentecostais em âmbito local e nacional, buscando dar-se-á compreensão aos processos e agente da indústria musical e fonográfica gospel. Com isso, buscaremos trazer maior entendimento sobre a situação geográfica destas indústrias e o poderio religioso e político dos grupos e/ou indivíduos que as comandam.

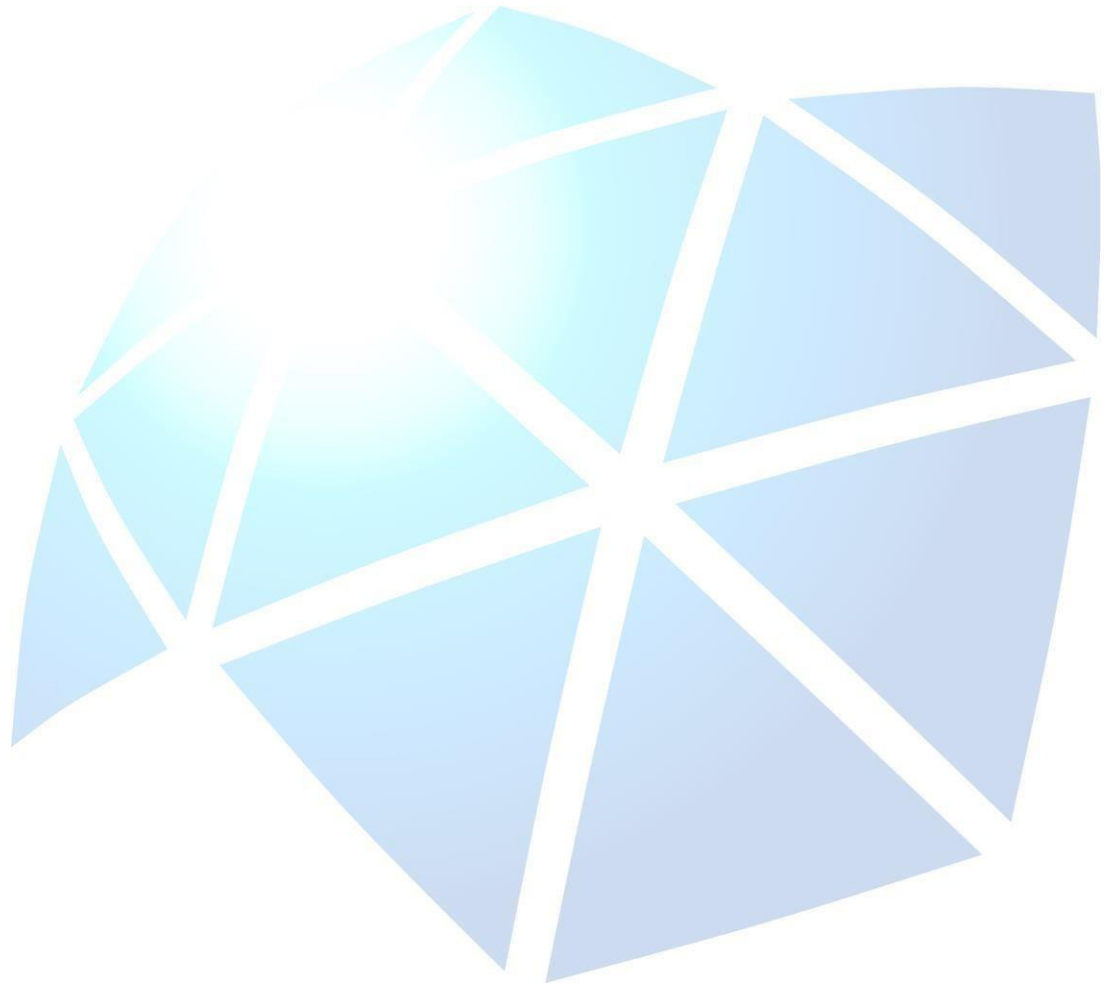
**Palavras-chaves:** Indústria Cultural; Implicações Territoriais; Música Gospel; Geografia.



## **ABSTRACT**

This Final paper aims to contextualize the mainstream platforms, focusing on the industry focused on the pentecostal and neo-pentecostal follow-up at a local and national level, seeking to give an understanding to the processes and agent of the gospel music and phonographic industry. With this, we will seek to bring greater understanding of the geographical situation of these industries and the religious and political power of the groups and/or individuals that command them.

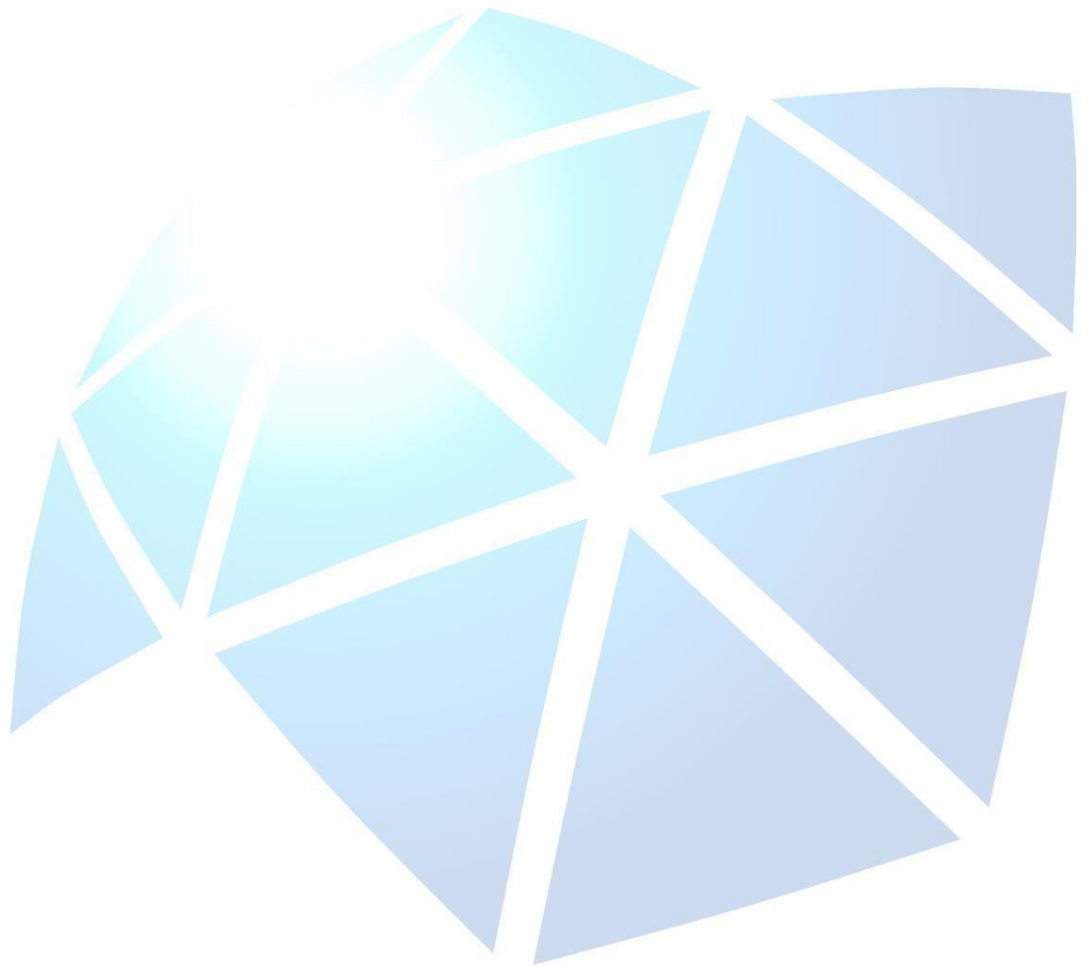
**Keywords:** Cultural Industry; Territorial Implications; Gospel music; Geography.

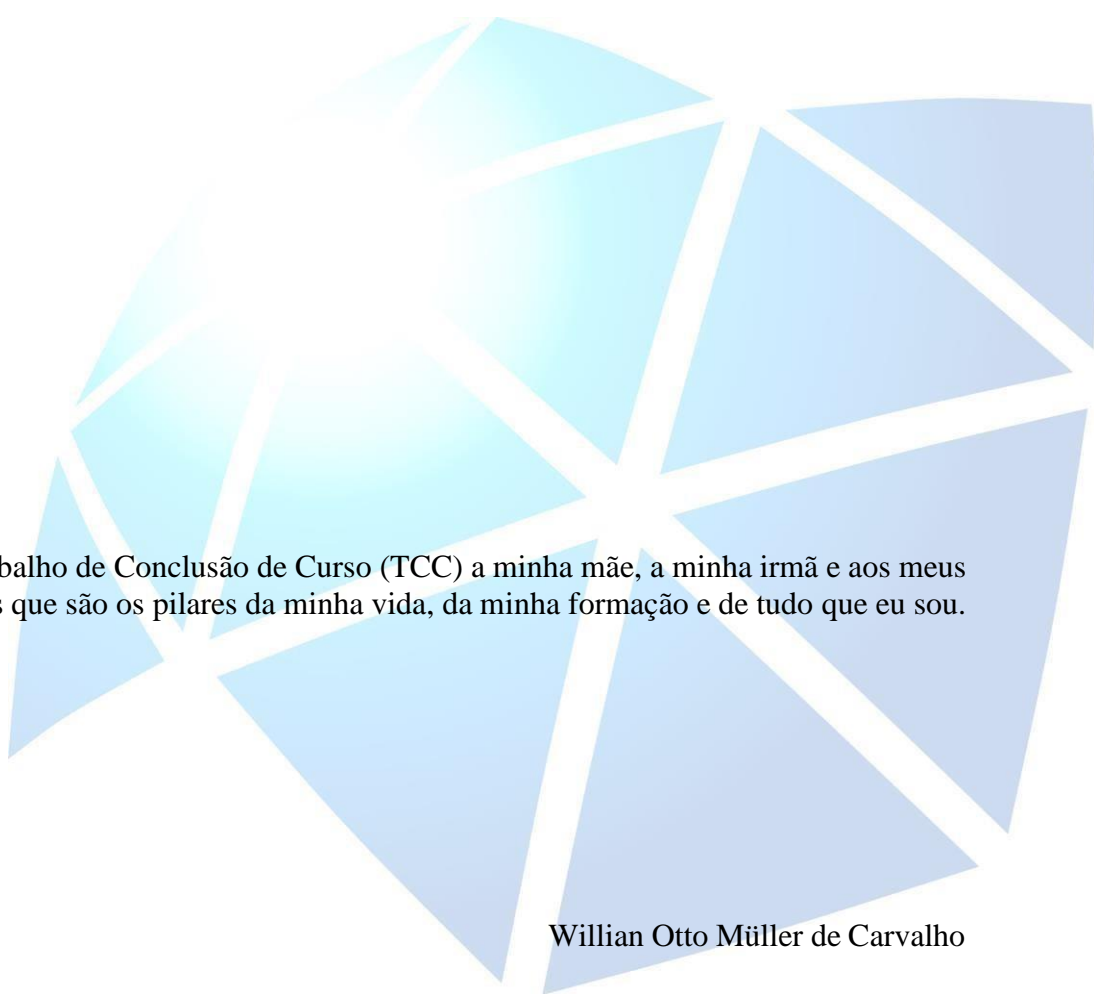


## **RESUMEN**

Este Trabajo de Conclusión del Curso tiene como objetivo contextualizar las plataformas principales, enfocándose en la industria enfocada en el seguimiento pentecostal y neopentecostal a nivel local y nacional, buscando dar una comprensión a los procesos y agentes de la música gospel. y la industria fonográfica. Con esto, buscaremos traer una mayor comprensión de la situación geográfica de estas industrias y el poder religioso y político de los grupos y/o individuos que las comandan.

**Palabras claves:** Industria cultural; Implicaciones territoriales; Musica Gospel; Geografía.





Dedico este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) a minha mãe, a minha irmã e aos meus avós, estes que são os pilares da minha vida, da minha formação e de tudo que eu sou.

Willian Otto Müller de Carvalho

### **Quem é Deus? - Khalil**

Fui convidado pra uma festa de caretas  
Mas fiquei lelé da teta quando cheguei no lugar  
Não tinha rock, samba, pop, nem baião  
Meu axé, meu afoxé, cheguei com minha opinião  
Intransigente ao ver tanta gente crente  
De que um Deus onipotente nos condena por dançar  
Eu vi messias disfarçados, picaretas!

E saquei suas mutretas por debaixo de um altar  
Onde se via prata, ouro e diamantes  
Um senhor muito elegante e seu rebanho a minguar  
Amargamente via o povo assim  
Carente de um Deus onipresente que só não estava lá

Oh, pai! A minha dor é ver que Deus pode ser eu  
Mas se Deus sou eu e eu sou ateu

Fui de gaiato nessa festa chapuleta  
Sete peles e facetas e pecados capitais  
Eu pago o pato, pago mico e saliento  
Só não pago dez por cento  
Pra você se aburguesar!

A besta-fera vendo além das aparências  
Vê na cara da ciência o olho de quem tudo vê  
Chorando a chuva que caiu como uma luva  
Do Japão à Aricanduva, do pari até o Pará  
Regando a mente coletiva, onisciente

Porque Deus está aqui e em nenhum outro lugar  
Oh Deus está aqui e em nenhum outro lugar  
Deus está aqui e em nenhum outro lugar

Oh, pai! A minha dor é ver que Deus pode ser eu  
Mas se Deus sou eu e eu sou ateu  
Quem é Deus?

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	11
2. MÚSICA, PODER E FÉ .....	15
2.1 História da Música .....	15
2.2 Música Gospel e Música Cristã Contemporânea .....	21
2.3 Indústria Cultural e Fonográfica Gospel.....	27
3. Implicações Territoriais Da Indústria Cultural E Fonográfica Gospel.....	36
3.1 Situações Geográficas.....	36
4. Fenômeno Musical atrelado a Música Gospel.....	45
5. CONCLUSÃO.....	60
REFERÊNCIAS .....	62

## 1. Introdução

O protestantismo é uma questão histórica no Brasil, datado desde os principais períodos da história nacional, passando pelos períodos colonial, monárquico e republicano, variando entre missões, acordos e cooperações entre diversas denominações protestantes ao longo de sua formação histórica. Se atentando à denominação pentecostal e o neopentecostal, o país recebeu suas primeiras igrejas pentecostais em 1910 e 1911, sendo elas a Congregação Cristã no Brasil e a Assembleia de Deus, sendo a primeira tendo a origem ítalo-americana e a segunda a origem sueco/estadunidense.

O pentecostalismo, a partir de 1950, transformou-se em um movimento de cura divina, surgindo assim diversas vertentes e denominações. Segundo Rolim (1995), nos Estados Unidos e no Avivamento Azusa<sup>1</sup>, diferentemente do Brasil, a igreja ofereceu ao discurso pentecostal uma dimensão política-racial, entretanto tal discurso não perpetuou no Brasil, ocorrendo uma separação entre brancos e negros, tendo uma perspectiva mais espiritual e emocional, distanciando cada vez mais de temáticas de classe, pobreza e política.

Já na década de 1970, surge o movimento neopentecostal, com igrejas ainda mais secularizada, tendo padrões morais menos rígidos e enfatizando uma nova forma de teologia, como a teologia da prosperidade. Segundo Hunt (2000),

Na vanguarda está a doutrina da garantia do "divino" saúde física e prosperidade econômica por meio da fé. Em suma, isso significa que 'saúde e riqueza' são o direito divino automático de todos os cristãos que creem na Bíblia e podem ser apreciados pela fé como parte do pacote de salvação, uma vez que o A "Expiação" de Cristo inclui não apenas a remoção do pecado, mas também a remoção de doenças e da pobreza. (HUNT, 2000, p. 333, tradução nossa)

---

<sup>1</sup> Segundo Mendonça e Velasques (1990), na rua Azusa, em Los Angeles, Estados Unidos, após a pregação de W. J. Seymour, na qual afirmava a necessidade recuperação da experiência pentecostal, um menino de oito de idade viveu a experiência da glossolalia ou "falar em línguas": evidência externa de que uma pessoa foi batizada com o Espírito Santo.

Com a Teologia da Prosperidade, fica evidente e mais notável a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), sendo a quarta denominação evangélica<sup>2</sup> em maior número de fiéis e a que está em processo de expansão desde os anos 1980. Durante a década de 1980, surgem denominações neopentecostais focadas nas classes mais altas, trazendo em seus discursos questões mais liberais em relação aos costumes e se distanciando das manifestações pentecostais – estas mais tradicionais.

Segundo o Censo de 2010 (IBGE, 2010), em 30 anos, o percentual de evangélicos passou de 6,6% para 22,2%. Assim, os evangélicos foram o segmento religioso que mais cresceu no Brasil no período intercensitário, passando de 15,4% da população (26,2 milhões de pessoas) em 2000 para 22,2% da população (42,3 milhões de pessoas) em 2010, sendo que em 1991, este percentual era de 9,0% da população (13,6 milhões de pessoas) e já em 1980, 6,6% da população (7,9 milhões de pessoas).

De acordo com Jacob et al. (2003), a mudança se dá no processo migratório, ou seja, o crescimento se dá através da migração interna. No Brasil, as religiões evangélicas tendem a se expandir e ocupar zonas recentes, ou seja, a expansão é dada em regiões de fronteiras agrícolas, periferias, favelas e em municípios de regiões metropolitanas. Ressaltando, para o pesquisador, em entrevista dada à BBC em 2012<sup>3</sup>, as rupturas se dão através dos processos migratórios, onde pessoas se “desenraizam” de suas comunidades ou de suas regiões e geram uma abertura para mudar de religião.

Com a ocupação recente em zonas no território nacional, muitas vezes em regiões com ausência do Estado e de outros segmentos religiosos, se tornam regiões onde a atuação de grupos evangélicos se dá de forma mais ágil e por sua vez, suprem a ausência, em muitos casos, do papel do Estado e de outros segmentos. Parafraseando a jornalista do Jornal Folha de São Paulo, Ballousier (2019), a Igreja Católica e o Estado, em muitos

---

<sup>2</sup> Segundo dados do IBGE de 2010, IURD é a quarta denominação evangélica brasileira em número de fiéis (1,87 milhão), atrás da Assembleia de Deus (12,3 milhões), da Batista (3,7 milhões) e da Congregação Cristã do Brasil (2,2 milhões).

<sup>3</sup> BBC Brasil. Nordeste e Sul são últimos ‘bastiões’ católicos do Brasil. Rio de Janeiro. 29 jun. 2012. Disponível em: <[https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/06/120629\\_mapa\\_religioes\\_jc](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/06/120629_mapa_religioes_jc)> Acesso em: fev. 2021.

casos, seriam como um “transatlântico” incapaz de se mover rapidamente, enquanto as igrejas evangélicas são como motos aquáticas a “zigzaguearem” por qualquer mar, localidade do país e se adaptando com as questões e linguagem local.

De acordo com Alves et al. (2017), o número de brasileiros adeptos da religião evangélica cresce em média 0,8% ao ano desde 2010, enquanto a quantidade de católicos diminui 1,2% no mesmo período. A cada ano, 14 mil novas Igrejas Evangélicas são abertas no país, ou seja, é uma média de 40 por dia. Através de uma projeção, a partir de 2022, os católicos estariam encolhendo para menos de 50% da população e, após dez anos, seriam 38,6% da população. Já os evangélicos alcançariam em 2032 a marca de 39,8% da população, assim, superando os católicos e se tornando a religião hegemônica.

Guadalupe e Grundberge (2018) utilizam o termo “revolução silenciosa” para explicar a expansão que está abalando a hegemonia católica na América Latina, demonstrando como nos últimos anos evangélicos deixaram os templos em praças e prédios vazios para ocupar cargos no Legislativo, em prefeituras e grandes empresas. Não obstante, Almeida (2008), afirma que “o incremento demográfico evangélico tem transbordado para outras dimensões da vida pública”, este crescimento tem sido acompanhado do aumento de sua presença em espaços institucionais como a Câmara dos Deputados, o Executivo, em escolas e na mídia.

Também pode ser entendido como a “modalidade de presença” do religioso na esfera pública (GIUMBELLI, 2014), ou seja, ao contrário do que ocorria na metade do século XX, “um afastamento das coisas mundanas”. Montero (2016) ressalta “diferentes formas de produção de públicos e de publicidade pelos atores religiosos por meio de variadas tecnologias/artefatos de visibilidade”. No século XXI, as lideranças religiosas focadas na missão da evangelização e de intensificação de suas redes de contato têm ocupado diversos espaços da sociedade. Isso se dá, na visão de Bandeira (2017a), por meio da mídia, da indústria cultural (especialmente através da indústria fonográfica), da política institucionalizada, além de projetos em educação, saúde e assistência social.

Desta forma, tendo como foco a indústria cultural e ressaltando a indústria fonográfica gospel, se faz necessário buscar o entendimento geográfico, de uma indústria que vem crescendo e sendo chamado de “explosão gospel” (CUNHA, 2007), como forma de descrever este fenômeno social. Esta indústria, ano após ano demonstra um maior número de fiéis, seguidores e vertentes, se adaptando a diversos setores e segmentos sociais. Ademais, cabe mencionar que na última década, com a expansão das novas tecnologias de comunicação e informação, que disponibilizam significativa possibilidade de interação social por meio de aplicativos de celular, a participação da música gospel no cotidiano das pessoas só tende a aumentar.

## **2. Música, Poder e Fé**

### **2.1. História da Música**

A arte de criar, organizar e combinar vários sons e silêncios, seguido de uma organização ao longo de um determinado tempo, respeitando os princípios fundamentais da melodia, harmonia e ritmo constitui-se como a definição teórica da música. Desta forma, a música evoluiu e expandiu-se muito desde a sua concepção, ou seja, através da criação de significados - individuais ou coletivos - tendo sua variação através da prática social, cultural e humana. Assim, dentro do campo artístico, a música pode ser classificada como uma arte de representações ou uma arte de espetáculo.

A história da arte e especificamente na história da música, em muitas culturas a música não só teve espaço no campo das artes, mas também, se apropriou e ampliou de tal maneira a adentrar as diversas áreas, como o religioso, o militar, o educacional e o terapêutico. Segundo Bréscia (2003),

A música é uma linguagem universal, tendo participado da história da humanidade desde as primeiras civilizações. Conforme dados antropológicos, as primeiras músicas seriam usadas em rituais, como: nascimento, casamento, morte, recuperação de doenças e fertilidade. (BRÉSCIA, 2003, p. 15).

Na pré-história, a música tinha como papel fundamental na ritualística da caça, da guerra e das festividades. Sendo assim, a música baseava-se principalmente em ritmos e movimentos que imitavam animais. As manifestações musicais consistiam na exteriorização de seus sentimentos através do som que emanava através da própria voz, sendo possível distingui-la da fala.

No Antigo Egito, a música era um conhecimento reservado aos sacerdotes em seus ritos e atos faraônicos. Já na Mesopotâmia, os músicos eram considerados pessoas de grande prestígio, ou seja, eram eles que acompanhavam o monarca, não apenas em atos de culto, mas também em suntuosas cerimônias palacianas e em guerras. Podendo elencar, que a expressão musical ‘mesopotâmica’, assim como a escrita cuneiforme, é considerada como marcos originários da cultura musical ocidental.

Na Grécia Antiga, por sua vez, a música foi influenciada por todas as civilizações que a cercavam, dada a sua importante posição estratégica e ser considerada centro do mundo antigo. Desta forma, culturas como a Mesopotâmica, a Etrusca, a Egípcia ou mesmo a Indo-europeia tiveram uma influência importante tanto na sua música como nos seus instrumentos musicais. Os gregos davam grande importância ao valor educacional e moral da música, entretanto os sábios da época detinham o conhecimento musical e o usufruíam. Deste modo, o papel da música pode ser destacado até pela sua origem etimológica, ou seja, segundo Santos (2008),

A palavra música vem do grego antigo, *mousikês*. O termo é uma referência às musas, as nove filhas do deus supremo Zeus que eram responsáveis pelas artes. Portanto, é importante percebermos que a origem da palavra música vem da mitologia grega e está relacionada à criação artística. (SANTOS, 2008, p. 12).

Da mesma forma, vale destacar que na Grécia Antiga, ocorria uma mescla cultural, como no caso, dos bardos que acompanhados de uma lira, vagavam de cidade em cidade proferindo através da oralidade e do canto a memória oral da história da Grécia, de suas lendas e mitologias.

Por sua vez, Roma conquista a Grécia, embora ambas as culturas tenham se fundido, o legado romano foi a inserção do latim para os cantos gregorianos em teatros e anfiteatros. Quando Roma se consolida como império, dá-se a inserção de povos de uma parcela do Oriente Médio e da Península Ibérica, na qual ocorre a combinação entre a música romana e dos estilos antigos que culminam no reaparecimento de manifestações, como: a citarodia (versos com *kithara*<sup>4</sup>) e a citarística (*kithara* solo). Desta forma, a música desempenhava um papel considerável em grandes festas pagãs, ritmo das marchas militares, e após a cristianização do Império Romano, ocorreu a implementação da música na ritualística cristã com louvores que continham os Salmos.

---

<sup>4</sup> *Kithara* é um instrumento musical de cordas proveniente da Grécia antiga, segundo a mitologia Grega, o instrumento foi confeccionado pelo Deus Grego Hermes através de uma carapaça de uma tartaruga. E é muito associado ao Deus Grego Apolo.

Já na Idade Média, a origem da música medieval confunde-se com os desenvolvimentos musicais do fim do Império Romano, ou seja, sucede a evolução das formas musicais ligadas ao culto, assim tais formas adaptadas ganham a titulação de canto gregoriano. Da mesma forma, a música secular monódica teve seu início através das canções de goliardo<sup>5</sup> e atingiu a sua máxima expressão com os menestréis<sup>6</sup> e trovadores<sup>7</sup>. No século XII com a formação da Escola de Notre-Dame em Paris, surge a polifonia<sup>8</sup> que atingiu um alto grau de sistematização, assim constituiu a base da qual o humanismo ganhou força, culminando na música renascentista.

No Renascimento, a música por sua vez teve diversas variações e foi dividida em diversas escolas e regiões, temos a exemplo a escola Flamenca, hoje a região remete ao que conhecemos como Países Baixos, ou seja, devido ao seu desenvolvimento econômico, a polifonia recebeu um maior impulso e atingiu o seu máximo esplendor entre os séculos XV e XVI. Também pode ser citado a exemplo as Escolas de Músicas Renascentista Francesa, Italiana, Inglesa, Alemã e Espanhola, que adaptaram feitos da Escola Flamenca conforme suas particularidades locais e feitos históricos, tendo como foco os acontecimentos regionais, marcos e proezas de grandes líderes e/ou a Igreja.

Já a música Barroca, por sua vez, foi marcada por um período musical que dominou a Europa ao longo do século XVII e primeira metade do século seguinte. Considera-se que nasceu na Itália e atingiu seu máximo esplendor na Alemanha durante o barroco tardio. É um dos períodos mais ricos, férteis, criativos e revolucionários da história da música.

---

<sup>5</sup> Segundo Spina (1997), goliardos, na Idade Média eram clérigos pobres, egressos das universidades. Desamparados pela Igreja, tornavam-se itinerantes (clérigos vagantes), vagabundos, de espírito transgressivo e provocador.

<sup>6</sup> Menestréis eram cantores, músicos, dançarinos, ator, palhaço, acrobatas, dramaturgos e malabaristas que vagavam de um lugar para o outro, entretendo as pessoas. Eram tidos como artistas menores.

<sup>7</sup> Trovadores – faziam parte da nobreza e compunham música e poesia tendo o amor como tema preferido. Viviam de favores nas cortes. Suas poesias eram chamadas de cantigas, havendo dois tipos delas: lírico-amorosa (cantiga de amor e cantiga de amigo) e satíricas (além de expressarem o seu eu lírico amoroso, também se preocupavam em ridicularizar os costumes da época, ou seja, os falsos valores morais). As cantigas eram escritas a mão e reunidas em livros conhecidos como Cancioneiros.

<sup>8</sup> Polifonia é a combinação simultânea de várias melodias.

Neste período, novas formas foram desenvolvidas e grandes avanços técnicos foram feitos, tanto na composição quanto no virtuosismo<sup>9</sup>; assim temos: cromatismo, expressividade, baixo e contínuo figurados, intensidade, ópera, oratório, cantata, sonata, tocata, suíte, fuga e a sinfonia. Já na metade do século, a música barroca foi substituída pelo classicismo por volta de 1750-1760, sendo caracterizado pela transição do barroquismo para uma música equilibrada, moldada através de uma estrutura rígida e melódica. Em tal período, destacando a segunda metade do século XVIII, alguns nomes mais proeminentes formaram o que conhecemos da música de período clássico, como Franz Joseph Haydn, Wolfgang Amadeus Mozart e Ludwig Van Beethoven.

Até o final do século XVIII, na Europa, as duas grandes correntes musicais que existiam eram a música de concerto e a folclórica. A primeira, respectivamente, é o que hoje conhecemos como música erudita tendo como tradição escrita e associada à aristocracia. Já a segunda, é propriamente a música folclórica, então música popular, que possuía a tradição oral e ligada à uma população predominantemente rural. Essa dualidade, segundo o *The New Grove Dictionary of Music and Musicians*, refletia apenas a divisão social e cultural do público, começando a mudar somente após o desenvolvimento da Revolução Industrial. Em países como Reino Unido e França, o crescimento das cidades, a burguesia e o florescimento de uma classe média urbana interessada em cultura, promovem o surgimento de espetáculos teatro-musicais, sendo realizados regularmente em locais como as tabernas, jardins e salões de dança de Londres, ou os teatros e cafés-concertos de Paris, que futuramente serão o terreno fértil para a criação de canções e outras composições que irão gradualmente moldar a corrente cultural e ideológica dominante da música popular urbana. Os primeiros espetáculos desse tipo são a ópera balada e o *music hall* no Reino Unido, o teatro de variedades e o *vaudeville* na França, e algum tempo depois o espetáculo nos Estados Unidos em cabarés.

---

<sup>9</sup> Virtuosismo musical é considerado um indivíduo que possui uma habilidade fora do comum ao utilizar um instrumento musical, e consegue combiná-la com habilidades na técnica e na teoria musical.

No início do Século XX, é dado o momento marco da Música Moderna e Contemporânea, sendo destacado por dois grandes acontecimentos que foram muito decisivos na história da música ocidental como conhecemos hoje. O primeiro acontecimento se dá pelo abandono da tonalidade e a divisão total das formas e técnicas. Assim, é através desta ruptura que ocorre uma mudança na música produzida desde o início do barroco a partir de 1910. A partir daí, a música ocidental torna-se muito experimental, ou seja, os compositores buscam inovar por novos caminhos e formas, usando todos os seus subterfúgios, como: instrumentos, cores, tonalidade, ritmos, gerando assim gêneros musicais e estilos totalmente novos, fazendo com que a música produzida se distanciasse das compostas nos últimos trezentos anos.

Já o segundo acontecimento advém através da massificação da música popular, tendo como principal expoente as cidades e agrupamentos urbanos que acederam no século XX. Em seu sentido mais amplo, refere-se a uma série de gêneros musicais que têm amplo apelo e são geralmente distribuídos para grandes audiências através da indústria da música. Isso contrasta com a música artística e a música tradicional, que geralmente são divulgadas academicamente ou oralmente para públicos locais ou menores.

A música popular, ganha força através do consumo crescente da classe urbana e por meio das novas tecnologias que possibilitou a gravação do som e difundi-lo através dos gramofones e fonógrafo, este sendo precursor da indústria fonográfica e antes do surgimento de meios de comunicação de massa, como: rádio, filmes sonoros e a televisão.

Enquanto no século XIX, o foco da música era dado através de partituras, estas que restringiam o acesso das novas músicas para somente pessoas de classe média e alta, ou seja, aqueles que podiam ler as partituras ou possuíam pianos e instrumentos. Em contrapartida no Século XX, qualquer pessoa com rádio ou toca-discos podia ouvir óperas, sinfonias e *big bands* em sua própria sala de estar. Isso permitiu que diversas classes sociais, principalmente aquelas que não podiam pagar um ingresso para uma ópera ou concerto sinfônico, ouvissem essa música e a mesma fosse difundida. Também, pode-se observar em tal período que a difusão musical e a cultural fosse apreciada por diferentes

partes do país, bem como de diferentes partes do mundo. Sendo essa difusão a peça-chave para o processo de alastramento, fusão e adaptações de estilos e gêneros musicais. Portanto, através do efeito da música popular, a indústria cultural, ainda em ascensão, e os meios de comunicação que surgiam no decorrer do Século XX e no pós-Guerras, há uma dissolução total dos hábitos musicais que estavam presentes desde a Idade Média e assim, ocasionando um marco no que entendemos como parte da História da Música.

## 2.2. Música Gospel e Música Cristã Contemporânea

A música gospel é um gênero tradicional da música cristã e é uma peça-chave da mídia cristã. Sendo assim, é através da criação, da performance, do significado e até mesmo da múltipla variação por meio das particularidades locais, culturais e sociais pode-se entender como música gospel. Deste modo, podemos entender que a mesma é composta e executada para muitos propósitos, como: prazer estético, religiosos, cerimoniais e como produto de entretenimento para o mercado, por meio da propagação de vocalística dominante e o forte uso da harmonia com letras e textos que remetem a fé.

A música gospel nasce da tradição dos “*black spirituals*”<sup>10</sup>, uma música inspirada no sofrimento de gerações de escravizados africanos que foram arrancados de suas terras e deportados para os atuais Estados Unidos, seja pelos ingleses ou pelos brancos americanos após a independência e criação dos Estados Unidos. Segundo Eileen Southern<sup>11</sup> em seu livro ‘*Music of Blacks Americans - A History* (1971)’, aborda que a música gospel remonta a 1619, data em que o primeiro africano chegou à colônia de Virgínia (Estados Unidos), ainda colônia inglesa. A primeira notícia de um escravo sendo batizado como cristão vem do ano de 1641 em *Massachusetts* (Estados Unidos), ainda colônia inglesa. Muitos dos traficantes de escravos ingleses pregavam a fé cristã protestante, em suas centenas de disfarces, apenas para manter seus escravizados submissos, usando o discurso da fé que “os mansos herdarão a terra”. Deste modo, os interesses empresariais, o clima político favorável ao lucrativo tráfico humano e a religião caminharam lado a lado para impedir a rebelião dos oprimidos.

Assim, os escravizados trouxeram consigo seu próprio estilo musical, que possuíam em suas raízes étnicas, a sua língua, a sua cultura, a fé, a música e a dança, que ao

---

<sup>10</sup> Segundo a *Library of Congress*, *black spirituals* é um tipo de música folclórica religiosa que está mais intimamente associada à escravização do povo africano no sul dos Estados Unidos.

<sup>11</sup> Eileen Southern é – e deve ser – reconhecida por seus muitos “primeiros”. A primeira estudiosa negra a obter um doutorado em musicologia nos Estados Unidos. Fundadora da primeira revista acadêmica de longa duração dedicada à música negra. A primeira mulher negra titular na Faculdade de Artes e Ciências da Universidade de Harvard. A primeira estudiosa negra a publicar na principal revista de musicologia nos Estados Unidos, *The Journal of the American Musicological Society*.

incorporarem com o estilo musical utilizado nas igrejas pentecostais conduzida por uma percussão insistente e incorporada ao rito da fé cristã recém-descoberta. Já o canto, possui um caráter acentuado com a participação animada dos ouvintes, através das exortações<sup>12</sup>, palmas, instrumentos musicais e danças improvisadas. Deste modo, pouco a pouco, a música sacra branca, europeia, estéril - nos ouvidos dos novos convertidos - se transforma, e nascem os “*black spirituals*”.

Southern (1971), aponta que a melodia dos ‘*black spirituals*’ tinha por costume ser modal ou pentatônica<sup>13</sup>, assim possui uma constante improvisação melódica e textual. Ou seja, nas frases musicais se repetem com variações, conduzindo o vocalista e ecoando o refrão, deste modo cria um padrão de chamadas e respostas, sempre marcadas por uma pulsação implacável.

O ‘*black spirituals*’ evolui para a música gospel, através da adição de instrumentação e harmonização mais sofisticadas, assim a música não se limita mais a temas modais e pentatônicos, embora as raízes africanas ainda sejam perceptíveis. Agora, a tradição oral se concentra na pessoa de Jesus Cristo que por sua vez, os escravizados e recém convertidos, consideram a melhor notícia de todas, sendo a palavra, a fé por meio do evangelho e a salvação em Jesus Cristo. Logo, os pastores ou os que estavam à frente das igrejas propagavam a fé para manter as massas brutalizadas e reféns da fé, assim muitos daqueles que compõem essas massas agora veem em Jesus o maior de todos os heróis antigos e cantam seu amor, seu poder, seu sofrimento e sua cruz.

A música gospel, em sua definição mais restritiva, surge como música religiosa propagada dentro de igrejas pentecostais estadunidenses por meio de protestantes evangélicos afro-estadunidenses escravizados e recém convertidos, dentre os séculos XVII e XVIII, tornando-se muito popular na década de 1930. Segundo Sant’ana (2013), a origem ancestral ao *gospel* está associada à história da escravidão estadunidense e a fé propagada

---

<sup>12</sup> Segundo o Michaelis On-line, exortação refere-se a convencer alguém por meio de palavras. Já em um sentido mais bíblico, em Romanos e Tito, o verbo exortar

<sup>13</sup> Na musicologia, as escalas pentatônicas, também chamado popularmente de penta ou modal, é um conjunto de todas as escalas formadas por cinco notas musicais ou tons, as mais usadas são as pentatônicas

em igrejas pentecostais e, conseqüentemente, ao imaginário de lutas pela liberdade construído em torno dessa história:

A música *gospel* é um gênero musical de origem afro-estadunidense, nascido nas fazendas de escravos no sul dos Estados Unidos. Em sua forma original era geralmente interpretada por um solista, acompanhada de um coro e um pequeno conjunto instrumental. Atualmente nos Estados Unidos e em outros países, o Gospel está incluído como uma categoria tradicional de música cristã. (SANT'ANA, p. 26, 2013)

Ao analisarmos a palavra *gospel*, é a aglutinação e a variação das palavras anglo-saxônicas '*God Spell*', que com uma tradução literal, "palavra de Deus", na qual é usada para se referir aos pentecostais. Portanto, quando o cantar foi assim chamado de tal modo, referia-se a uma música evangélica para convidar as pessoas a Deus, abordando letras que, geralmente, refletem os valores da vida cristã. Termos como exemplo a cantora, guitarrista e compositora Rosetta Tharpe, que foi a primeira grande estrela da música gospel, durante a ascensão da música *POP*<sup>14</sup> na década de 1930 e permanecendo famosa ao longo da década de 1940 com centenas de seguidores.

Em meados da década de 1950, o cantor estadunidense, Elvis Presley começou a incluir a música *gospel* em seu repertório, sendo um de seus primeiros *singles* "*Peace in the Valley*" e o álbum "*Elvis Christmas Album*" que seria continuado nas próximas décadas por outros. Embora a música gospel seja um fenômeno americano, ela se espalhou pelo mundo. Com a popularidade da música gospel e a inserção da mesma com outros estilos musicais, a igreja não se inseriu na crescente popularidade, pois acreditava que os estilos adjacentes encorajavam ao pecado e não iam de encontro com a fé.

No entanto, à medida que as igrejas evangélicas se adaptavam para atrair mais pessoas, tendo como os estilos musicais usados no culto também mudaram, adotando os sons desse estilo popular. Deste modo, um novo gênero musical surge e fica conhecido como *Contemporary Christian music* (Música Cristã Contemporânea), tendo como

---

maiores e menores, sendo usadas em estilos musicais como: o blues, o rock e a música popular.

<sup>14</sup> O termo "pop" significa "música popular" e nasceu em meados da década de 1920, nos Estados Unidos. Naquele tempo, bandas com uma sonoridade mais "cult" (subdivisão cultural que fica em um meio-termo

resultado o renascimento do *Jesus Movement*<sup>15</sup> (Movimento de Jesus) no final dos anos 1960 e início dos anos 1970, e foi originalmente chamado de *Jesus Music* (Música de Jesus).

Segundo Frame (1997), o *Jesus Movement* foi um movimento que os jovens evangélicos estadunidenses iam contra a cultura do movimento hippie e da vida liberal e através da promoção de sua fé, ou seja, muitos jovens da contracultura dos anos sessenta professavam crer em Jesus, assim e por meio dos convencidos pelo estilo pecaminoso de vida baseado em drogas, sexo e política radical.

Segundo Cunha (2004), o *Jesus Movement* foi fruto da estratégia de evangelização difundida nas ruas, frisando a atingir a juventude. Deste modo, a partir de algumas experiências de jovens cristãos tal fenômeno começou a eclodir em diferentes cidades. Através de adaptações do movimento e com a iniciativa capitalista, surgem baladas e cafeterias para a juventude, de nome “*His Place*” [O Lugar D’Ele], no *Sunset Strip* (Califórnia - Estados Unidos). Por sua vez, tal iniciativa começou a converter massivamente outros grupos e chega no movimento *hippie*, assim muitos se converteram e se batizam, entretanto não tem o intuito de se abster de seu estilo de vida, que consideravam compatíveis com a fé cristã, assim, dimensão contracultural passou a ser um componente do movimento religioso que se delineava.

Durante o *Jesus Movement* dos anos 1970, a Música Cristã Contemporânea começou a se tornar uma indústria, a *Jesus Music* começa a se moldar, acabando por incluir instrumentais e pela dimensão contracultural que foi delineado na década anterior, cantando canções sobre amor e paz, que depois se traduziam em amor a Deus. Segundo Wohlgemuth (1981), na década de 1970, ocorre uma aceitação da música influenciada pelo rock em todos os níveis da música contemporânea cristã. O estilo do rock se torna mais familiar a todas as pessoas, seus excessos rítmicos se tornaram refinados, e suas associações seculares anteriores serão menos lembradas. Já nos anos 80, a rede de interesse espacial que a *Jesus*

---

entre o popular e o erudito) faziam enorme sucesso, mas não chegavam a toda a população.

<sup>15</sup> Segundo Mahan e Forbes (2005), um movimento cristão originado na Costa Oeste dos Estados Unidos no final dos anos 60 em resposta ao movimento hippie, tendo como objetivo espalhar o Evangelho à juventude

*Music* havia gerado se transformou em uma indústria multimilionária, assim a música cristã contemporânea tinha suas próprias revistas, estações de rádio e premiações. O avivamento do movimento de Jesus havia acabado.

A ampla adesão da juventude e de uma geração que cresceu envolto pelo movimento, assim como a adesão do mercado financeiro e as múltiplas vertentes musicais oriundos do movimento, ao Cristianismo Protestante nos EUA provocou algumas consequências para o campo religioso global.

Segundo Bandeira (2017b), no Brasil, a música cristã contemporânea é trata de modo singular, ou seja, o termo gospel passou a remeter genericamente a toda expressão musical da fé evangélica, não só especificamente ao tradicional gênero estadunidense do mesmo nome, saindo fora do gênero tradicional conhecido como Música Gospel (DOLGHIE, 2002; VICENTE, 2008; DE PAULA, 2012; MENDONÇA, 2014).

A singularidade da música gospel brasileira perpassa outras expressões musicais religiosas, assim outras religiões que não sejam do ‘meio evangélico’<sup>16</sup> que comumente abstém-se de utilizar este termo específico para suas produções, mesmo que seja incluso em sua abrangência. Assim, o movimento musical gospel é dominado pelo ‘meio evangélico’ e as demais religiões acabam por preferir a terminologia musical dada pelo termo ‘Música Cristã’, pois há uma apropriação dada por tal grupo já é disseminado e difundido através da estética específica e pelo conteúdo religioso, como a exemplo, o louvor, a adoração a Deus, teor bíblico e outros.

Da mesma forma que a música gospel brasileira possui uma singularidade, o conteúdo produzido também possui uma particularidade, ou seja, ela se adaptou conforme as múltiplas particularidades locais, logo surgiram diversos ritmos variados, como o funk gospel, o forró gospel, o pagode gospel, o axé-music, o rock gospel e outros (BANDEIRA, 2017b, p. 204). Nessa definição, a música gospel se diferencia dos demais segmentos da indústria cultural, fonográfica e musical, uma vez que utiliza métodos seculares de

---

de sua época, através de elementos conhecidos do público-alvo.

<sup>16</sup> O meio evangélico pode ser entendido como uma união de evangélicos brasileiros pentecostais, neopentecostais e as igrejas renovadas na década de 1980.

gravação, produção, distribuição e divulgação se divergem de outros segmentos musicais, pois, em muitos casos, os cantores, produtores e distribuidores não vejam tais atividades como uma forma de entretenimento, mas como um ministério e a propagação religiosa.

### 2.3. Indústria Cultural e Fonográfica Gospel

A indústria da música é uma união inseparável de organizações e indivíduos no negócio de criação, divulgação e venda de produtos da ‘esfera musical<sup>17</sup>’. Segundo Wikström (2014), aborda que a indústria musical é um emaranhado que obtém sua renda da criação e exploração de propriedade intelectual musical. Ou seja, é através de compositores e letristas que criam músicas, letras e arranjos sendo tocados ao vivo no palco, gravados e distribuídos aos consumidores ou licenciados para qualquer outro tipo de uso.

A indústria fonográfica produz três produtos distintos: composições (músicas, composições, letras), gravações (áudio e vídeo) e mídia (como CDs ou MP3s, DVDs e outros). Cada um deles possui um tipo de propriedade: normalmente, as composições são de propriedade de compositores, as gravações são de propriedade das gravadoras e a mídia é de propriedade dos consumidores.

Ao longo da construção de uma sólida indústria musical, podemos elencar a estrutura de negócio de tamanha indústria, assim, a música, peças instrumentais e outras composições musicais são criadas por compositores e de propriedade do compositor, embora possam ser vendidas ou os direitos possam ser atribuídos de outra forma. Já as gravações são criadas por artistas de gravação, ou seja, incluem cantores, músicos e conjuntos musicais (por exemplo, bandas de apoio, seções rítmicas, orquestras e outras), geralmente com a assistência e orientação de produtores de discos e engenheiros de áudio. Eles eram tradicionalmente feitos em estúdios de gravação em uma sessão de gravação. As mídias físicas (como CDs ou discos de vinil) são vendidas por varejistas de música e são de propriedade dos consumidores após a compra. Os compradores normalmente não têm o direito de fazer cópias digitais de CDs ou outras mídias que comprem, ou alugar ou

---

<sup>17</sup> A esfera musical abrange os muitos indivíduos e organizações que operam na indústria, sendo: os compositores e compositores que escrevem canções e composições musicais; os cantores, músicos, maestros e *bandleaders* que executam a música; as gravadoras, editoras de música, estúdios de gravação, produtores musicais, engenheiros de áudio, lojas de varejo e de música digital e organizações de direitos autorais que criam e vendem música gravada e partituras; e os agentes de reservas, promotores, casas de shows, equipe de estrada e engenheiros de áudio que ajudam a organizar e vender shows.

arrendar os CDs, porque não são proprietários da gravação no CD, eles possuem apenas o CD físico individual.

Por sua vez, as gravações são transmitidas por organizações de direitos autorais, que coletam um terceiro tipo de *royalties* conhecido como *royalties* de desempenho. Na última década, mais de "15 a 30 por cento" (BILLBOARDS, 2012) das faixas em serviços de *streaming* não foram identificadas com um artista específico. Jeff Price<sup>18</sup> aponta que 'A Audiam' é uma empresa de licenciamento, policiamento, auditoria, coleta e distribuição de *royalties* mecânicos de *streaming* "interativos".

A moderna indústria da música surgiu entre as décadas de 1930 e 1950, quando os discos substituíram as partituras como o produto mais importante no negócio da música. No mundo comercial, "a indústria fonográfica" começou a ser usada como sinônimo de "indústria da música". Nos anos 2000, a maioria do mercado de música é controlada por três grandes gravadoras corporativas: a francesa Universal Music Group, a japonesa Sony Music Entertainment, e a estadunidense Warner Music Group, podendo elencar que as gravadoras fora dessas três principais gravadoras são chamados de gravadoras independentes.

Já nas primeiras décadas de 2000, a indústria da música passou por mudanças drásticas com o advento da ampla distribuição digital de música pela Internet<sup>19</sup>. Tal indicador da mudança, é evidenciado através do indicador do total de vendas de música, que segundo Goldman (2010) aponta que desde 2000, as vendas de música gravada caíram substancialmente enquanto a música ao vivo aumentou em importância (SEABROOK, 2009). Já em 2011, o maior varejista de música gravada do mundo foi uma plataforma digital baseada na Internet operada por uma empresa de computadores: a *iTunes Store* online da Apple Inc. Desde 2011, a indústria da música tem visto um crescimento

---

<sup>18</sup> Jeff Price é o CEO da Audiam. A Audiam é uma agência de cobrança de *royalties* mecânicos de *streaming* interativo. Ele recebe seus membros de publicação de música pagos com precisão do YouTube, Spotify, Apple Music, Google Play, Rhapsody, Beats, Amazon Prime, Mood Music, TouchTunes e outros serviços de *streaming* interativos.

<sup>19</sup> No caso da Internet, podemos elencar a inclui tanto o compartilhamento ilegal ("pirataria") de músicas quanto a compra legal de música em lojas de música online.

consistente de vendas com *streaming*. Podendo elencar os gigantes do *streaming*, como o Spotify, Deezer, Apple Music e Amazon Music são os maiores serviços de streaming por número de assinantes.

Desta forma, Calvi (2006) aponta que a indústria da música, juntamente com as empresas telecomunicações adaptaram-se às novas redes e tecnologias digitais, devido aos seus custos reduzidos de armazenamento, distribuição e comercialização e à maior extensão geográfica que estas possibilitam, para estabelecer novos mercados de música digital. Neste contexto de crescente convergência tecnológica entre, por um lado, as redes de televisão por cabo, satélite e digital terrestre, e por outro, as redes de telecomunicações e a Internet, as grandes gravadoras, no âmbito de uma estratégia geral dos grupos empresas multimídia a que pertencem, começam a revalorizar os seus produtos musicais, digitalizando-os e distribuindo-os através destes novos “mercados-rede”, com o objetivo de estabelecer novos mercados de música digital à escala global.

Ao mesmo tempo que a indústria musical ia se moldando e se adaptando conforme as especificidades do capital e da demanda populacional, o setor evangélico ia moldando-se da mesma forma. Durante a década de 70, a música gospel brasileira entra em uma fase de formação e qualificação, ou seja, através de cursos de capacitação ministeriais, ou seja, dentro do espaço da igreja, assim surgem diversos músicos, maestros, missionários e bandas dentro do espaço litúrgico. Tal período foi marcado pela afirmação da "música popular cristã" em todo ocidente, ou seja, no Brasil com a perspectiva da "Música Cristã Contemporânea" e do movimento *Jesus Movement*, nos Estados Unidos. A efervescência dos movimentos de Contracultura, tendo como o Tropicalismo no Brasil e o Movimento *Hippie* nos Estados Unidos, promoveram a explosão de ritmos populares.

Já na década de 80, o processo de formação e qualificação já estava estabelecido, assim tal período foi marcado pela presença de produtores e o surgimento de meios de produção focados para o uso exclusivo para evangélicos na produção, gravação e propagação da música gospel brasileira. Assim, surgem em todo o país novos cantores e ministérios, ou seja, em tal período foi um marco para a produção e para o surgimento do

mercado fonográfico gospel brasileiro, pois há uma evolução no âmbito financeiro e assume o controle da cadeia de produção, instituindo assim mercado fonográfico segmentado baseado na música gospel. Em tal década, ocorre mudanças estruturais no que diz respeito à adoração, comportamento e consumo, dão suporte à importação da Música Cristã Contemporânea (CCM) que ao ser incorporada o termo gospel acaba por ser patentado. Ou seja, a Música Cristã Contemporânea proveniente dos Estado Unidos e a música evangélica que surge em igrejas Brasileiras, se tornem uma só, sendo a Música Gospel Brasileira.

Por sua vez, ao longo da década de 90, há o '*boom*' do neopentecostalismo e no que tange a música gospel brasileira o '*boom*' foi marcado pela produção musical e a propagação de discos gospels produzidos por conjuntos de igrejas protestantes do Brasil. Da mesma forma, surge um destaque internacional com a inserção da mídia secular e os variados eventos exclusivos de adoração, assim turnês internacionais tornaram-se frequentes, tanto como cantores indo para o exterior e cantores estrangeiros vindo ao Brasil. E com o intuito de atender uma tiragem internacional e atender o mercado Latino-Americano, houve uma adaptação de música, adorações e louvores para outras idiomas, como inglês e espanhol em primeira mão e posteriormente para as principais línguas indígenas latino-americana a fim de atender as missões de evangelização em massa que viriam a acontecer mais tarde. Deste modo, a música gospel ao longo da década passou por diversos processos de industrialização e adaptação, ou seja, ocorre a criação de diversas premiações de talento do gênero música, as diversas concessões de rádio e TVs para grandes grupos evangélicos e a edição da Lei Nº 9612 de 1998 (BRASIL, 1998), que através da Lei das Rádios Comunitárias ocasionou a multiplicação e propagação no número de rádios e TVs evangélicas em todo o país.

Os anos 2000 foi marcado pela multiplicação dos cantores, sendo evidenciados pela carreira solo e grupos musicais não mais vinculados a igrejas pentecostais, neopentecostais e cristã renovado, mas sim em difundir o evangelho à fé por meio de suas músicas. Tais ações culminaram que as igrejas protestantes romperam os padrões do passado e aceitaram

em seus cultos novas formas de adoração nas congregações. Essa prática também foi um dos grandes impulsionadores da música cristã para o Brasil, desta forma, começam a surgir diversos ministros e ministérios de louvor. Assim, com a música gospel se torna mais institucionalizada e reverbera através da iniciativa de grupos evangélicos trazendo visibilidade ao gênero musical, a exemplo disso temos a criação da ExpoCristã. A música gospel passa a ser conhecida não só pelo seu aspecto religioso e artístico, mas também pelo poder econômico, tendo em vista o encolhimento do mercado fonográfico secular e o crescimento vertiginoso do segmento gospel.

No entanto, nos anos 2010, a música gospel tem recebido investimentos de gravadoras seculares, como a Sony Music | Gospel, da Som Livre e tantas outras focadas no segmento, emissora, gravadoras e o mercado focalizados em adentram a tendência do mercado secular assinam contratos com bandas e cantores, contratos de distribuição com gravadoras de música gospel tende a virar uma tônica do mercado, sendo um marco para o segmento, pois emissoras reuniram cantores gospel conhecidos, como Aline Barros, Diante do Trono (Ana Paula Valadão), Fernandinho, André Valadão, Fernanda Brum, Davi Sacer, Ludmila Ferber, Thalles Roberto, Cassiane, Oficina G3, Damares, Bruna Karla e outros. Não obstante, a TV e emissoras focam em no seguimento gospel, assim criam premiações para os talentos da música, como é o caso do Troféu Talento criado pela Rede Record e o Troféu Promessas apoiado pela Rede Globo. Nos anos 2010, pode-se dizer que foi o momento que o mercado fonográfico gospel tem se afirmado pela estética, mas também pelo poder econômico. Ou seja, o que era um mercado fonográfico de marca menor nos anos 70 e com pouco acesso passa a ser um mercado pungente com um poder econômico, tornando-se um produto cultural ao adentrar e ser uma marca da indústria cultural.

No momento em que a música gospel tornar-se um produto cultural, podemos voltar à análise de Adorno e Horkheimer (1947; 1985) ao se referirem a dois métodos básicos de visualização dos bens, ou seja, ao retomarem a definição do caráter de mercadoria de Marx (1887; 1985; 2008; 2013), com a distinção entre valor de uso e valor de troca. Por outro lado, ele contrasta bens culturais com autênticas obras de arte ou autênticos materiais de

consumo. Desta forma, Marx, aborda que a utilidade de um objeto para satisfazer uma necessidade humana determina seu valor de uso: "A utilidade de uma coisa faz dela um valor de uso". (MARX, 1867; 1985; FERREIRA, 2015)

O valor de uso é, portanto, imanente ao objeto, enquanto o valor de troca só surge na troca do produto entre as pessoas: nesse ponto o produto (música gospel) se torna uma mercadoria. Marx (1890; 1985; 2008; 2013) também diz que a troca - e, portanto, o valor de troca - é constitutiva de um objeto ser uma "mercadoria". Assim, o capitalismo é baseado na "produção de valor de troca". Os produtos não são produzidos para fornecer valor de uso para os capitalistas, mas para os potenciais compradores. É, portanto, produzido para o mercado a fim de realizar o valor de troca, com a ajuda do qual o valor de uso pode ser apropriado. A "autêntica obra de arte", no caso a música gospel, nomeada como segundo ponto, é considerada um contraste com os bens culturais.

Adorno e Horkheimer (1947; 1985) cunham o termo indústria cultural<sup>20</sup>, onde propunham que a cultura popular é semelhante a uma fábrica que produz bens culturais padronizados – filmes, programas de rádio, revistas, etc. – que são usados para manipular a sociedade de massa à passividade (ADORNO et al; 1947; 1985, p. 107). O perigo inerente à indústria cultural é o cultivo de falsas necessidades psicológicas que só podem ser satisfeitas pelos produtos do capitalismo. Deste modo, a cultura produzida em massa é perigosa para as artes superiores mais difíceis técnica e intelectualmente. Em contraste, as verdadeiras necessidades psicológicas são liberdade, criatividade e felicidade genuína, que se referem a uma demarcação anterior das necessidades humanas, como estabelece Marcuse (1966, p. 136). Da mesma forma, Knitter (2010)<sup>21</sup>, em sua tese de que o sistema de mercado capitalista funciona como uma religião, podendo ser usado para análise da indústria cultural e da música gospel, ao afirmar que

---

<sup>20</sup> Tratado no capítulo "A Indústria Cultural: Iluminismo como Decepção em Massa" do livro *Dialética do Esclarecimento* (1947, 1985).

<sup>21</sup> Abordado no texto de *The World Market and Interreligious Dialogue* de Cornille, C. Willis, G. de 2011.

o Livre Mercado precisa dialogar com as comunidades religiosas do mundo pela simples e inquietante razão de que o mercado não está funcionando. Em seu estado atual, tanto nacionalmente nos Estados Unidos quanto globalmente em todo o mundo, a Economia de Livre Mercado é uma religião que não está alcançando seu objetivo pretendido, seus objetivos declarados (KNITTER, 2010, p. 6).

Assim, o sistema capitalista funciona como uma religião global, na qual por meio do Livre Mercado e o mercado financeiro se adapta e adentra as religiões corroborando para que haja uma mescla entre os pluralismos religiosos e criando ou moldando a forma na qual a fé é propagação.

Observando a influência exercida pelos meios de comunicação por meio do mercado financeiro nos diversos setores da sociedade, Herschmann (2007) destaca a importância da alta visibilidade para o sucesso das instituições sociais na cultura midiática, ou seja, vivemos em uma cultura midiática, espetacularizada e performática, na qual formulações identitárias, estilos de vida, bem como as diversas estratégias narrativas que contribuem para a organização de nossa vida social são forjadas no interior do ambiente comunicacional (HERSCHMANN, 2007, p. 78).

Portanto, ao analisarmos a indústria cultural, a religião como mercadoria e a mercadoria da religião, depois de 2010, serviços baseados na Internet, como Deezer, Amazon Prime Music, Spotify e iTunes e outros, começaram a oferecer serviços "*pay to stream*" baseados em assinatura pela Internet. Com os serviços de *streaming*, o usuário paga uma assinatura a uma empresa pelo direito de ouvir músicas e outras mídias de um catálogo com diversos gêneros musicais. Enquanto nos serviços legais de download digital, o comprador possui uma cópia digital da música. Já nos serviços de *streaming*, o usuário não realiza *download* do arquivo de música ou é proprietário do arquivo de música, sendo apenas o assinante que só pode ouvir a música enquanto continuar pagando a assinatura de *streaming*. Uma vez que o usuário deixa de pagar a assinatura, ele não pode mais ouvir o áudio dos repositórios da empresa. Os serviços de streaming começaram a ter um sério

impacto social e financeiro na indústria em 2014, como aponta o IFPI<sup>22</sup> (2022) que apontou que em 2021 as receitas globais de música gravada por segmento atingiram 65% - 17,7% de *streaming* suportado por anúncio e 47,3% de *streaming* suportado por assinatura - para o fluxo total de *streaming*. E no âmbito financeiro, no ano de 2014, os 14,2 bilhões de dólares relacionados à receita global da indústria da música gravada, 1,9 bilhões de dólares, correspondiam ao fluxo total de *streaming*. Já em 2021, a receita total correspondia a 25,9 bilhões de dólares e ao que correspondia ao fluxo total de *streaming* correspondia a 16,9 bilhões de dólares.

Segundo Marshall (2015), o Spotify, juntamente com a indústria de *streaming* de música em geral, enfrenta críticas de artistas e produtoras que alegam não estarem sendo compensados justamente por seu trabalho, à medida que as vendas de músicas baixadas diminuem e o *streaming* de música aumenta. Ao contrário das vendas físicas ou por *download*, que pagam um preço fixo por música ou álbum, o Spotify paga aos artistas com base em sua participação de mercado.

Nesta perspectiva, a música gospel tem se afirmado além da estética, ou seja, também vem sendo moldada ao poder econômico. Assim, o grande obstáculo ao crescimento do mercado fonográfico gospel era pela forma de ser propagado, com o advento das plataformas *streaming* a música gospel ganha força e tamanha proporção em distribuição ao chegar em destaque com alguns músicos e eventos de tamanha impulso da plataforma digital, ou seja, o gênero acabou por alcançar a visibilidade fora do universo cristão, como no caso de músicas gospel que entraram no *TOP 100 viral* de músicas entre 2019 e 2020, na plataforma Deezer e Spotify com as músicas “Girassol” de Priscilla Alcantara e Whindersson Nunes, “Aba”, de Kemuel e Ton Carfi, “É tudo sobre você” da banda Morada, “Não pare”, de Midian Lima, e “A casa é sua”, da Casa Worship.

---

<sup>22</sup> A sigla IFPI significa *International Federation of the Phonographic Industry*, ou seja, a Federação Internacional da Indústria Fonográfica que representa os interesses da indústria fonográfica. Segundo dados coletados no site do órgão, ele representa mais de 1450 empresas discográficas, grandes e pequenas, em 75 países diferentes. Tem como política declarada o combate à violação de direitos autorais; a promoção da indústria de fáceis autorais; e o *lobby* e dando condições legais para que se promova o interesse pela gravação de artistas, de empresas e a proteção digital da música (DRM que é um controle de acesso a conteúdos digitais que implementa restrições ao uso, cópia e manipulação do conteúdo em questão).

Apesar da gama do gênero gospel, ainda há uma separação do gênero e uma dificuldade de acessibilidade do gênero em relação a outras músicas populares de outros gêneros, pois fora do meio *mainstream*, ainda ocorre um difícil acesso nas vendas aos grandes eventos, feiras expositoras, em igrejas, lojas especializadas em música gospel e e-commerce (comércio eletrônico). Outra proporção da música gospel que ganhou força, foram os eventos como o Festival Promessas, a Marcha para Jesus, Congresso Pentecostal Brasileiro Fogo para o Brasil, Louvorzão e outros, são exemplos de evento que transbordando a bolha gospel e propagam a música para outros meios.

### **3. Implicações Territoriais da Indústria Cultural e Fonográfica Gospel**

#### **3.1. Situações Geográfica**

A música e o gospel ao acumular expressividade humana na ordenação e na reordenação da vida, transmite consigo significados e valores culturais, sendo estes imperativos sociais presentes no espaço. Ou seja, as pessoas pensam, acreditam, escutam e tal ação dá significado que através do espaço geográfico acabam por envolvê-las com crenças institucionalizadas. Entretanto, ao pensarmos no papel da geografia como uma ciência, pode vir a surgir dúvidas quanto ao enfoque da pesquisa por meio do viés geográfico, sendo assim Corrêa (2012) afirma que ‘o espaço’ é estudado pelos geógrafos por meio de variadas escalas e multiplicidade dos temas.

A música, a religião e o gospel, cada vez mais, estão atrelados a um caráter complexo e plural. Ou seja, por se tratar de uma expressão cultural humana, elas carregam consigo ideias de futuro e de composições mitológicas que é através da religião dominante - no caso brasileiro o Cristianismo - tomam por consequência temas que perpassam a teoria e a metodologia, pois abordam consigo a fé. Cassirer aponta que [...] com base apenas na razão, não podemos penetrar os mistérios da fé (2012, p. 121). Desta forma, se faz necessário adentrar mais a fundo no papel da Geografia como meio de estudo sistemático de algo que não é permeável e/ou palpável.

Assim, ao debruçarmos para Moraes e Costa (1984) distinguem o método de interpretação e o método de pesquisa. Sendo, o primeiro a respeito da forma de interpretação da realidade, ou seja, trata-se da visão de mundo (decorrente de sistemas políticos e filosóficos). O segundo trata-se da operacionalização da pesquisa, isto é, de um conjunto de técnicas utilizadas em determinado estudo, constituindo-se então em uma metodologia de trabalho. Entende-se que outras definições são possíveis e legítimas, porém compartilhamos com os autores da definição que propõe, nesse sentido explicitamos a seguir nosso princípio de método.

Santos (1996) ao propor a *ontologia do espaço*, na qual compreende o espaço como um campo híbrido, sendo resultado da indissociabilidade entre sistemas de objetos e

sistema de ações, traz consigo o objeto geográfico. Assim sendo, a ação humana carrega consigo as intencionalidades e os papéis sociais, constituindo o espaço geográfico. Tal compreensão, aborda que as próprias formas sociais, consideradas até então, não geográficas tornam-se geográficas, tal qual é possível vislumbrar a música e o *gospel* por intermédio do olhar geográfico. Massey (2008), aponta que o *espaço da multiplicidade* ocorre, pois, as transformações exercidas pelos seres humanos através da inserção crescente da técnica ou pelo aumento de criações simbólicas faz com que o espaço esteja em constante reformulação de suas teorias e metodologias.

Da mesma forma, Claval (2011) indica que as análises do espaço ocorrem através das práticas espaciais que produzem, consomem, movimentam-se, lutam, rezam e vivem. Assim, para entendermos tal ação do espaço e da humanidade, se faz necessário adentrarmos no território, sendo ele o responsável por concretizar o espaço. Deste modo, o conceito de território agrega vários sentidos ao longo da sua concepção teórica, pelo viés geográfico, passando desde o positivismo ao determinismo, materialismo histórico-dialético ao idealismo histórico-filosófico.

Através do pressuposto teórico de território, Ratzel (1891) traz que o território é a base físico-geográfica de um Estado-Nação, assim o território possui uma projeção empírica e espacial do poder de uma nação, sendo manifestada por meio do *espaço vital* a necessidade territorial de uma sociedade. Em oposição ao determinismo, Vidal De La Blache (1898) propõe que a noção de território se faz necessário a substituição pelo conceito de região, pois é nela que ocorre toda ação humana.

Na abordagem crítica, o território é resultado da divisão social do trabalho e a espacialização, ou seja, para Lefebvre (1974) é no capitalismo que se produz o espaço, ou seja, é resultado direto do processo de territorialização. Do mesmo modo, Santos (1994), classifica o território como *espaço habitado* e é produzido pela valorização do espaço. Tal concepção acerca do território é abordada por diversos autores, Gottmann (1973) classifica o território por meio da organização das nações e entre nações. Raffestin (1993) classifica que o espaço é anterior ao território, ou seja, o território é tratado com uma ênfase político

administrativa.

Deste modo, Raffestin (1993) apropria-se de um espaço de modo que ocorra uma territorialização, assim o espaço possui uma concepção concreta e abstrata. Entende-se como território:

um espaço onde se projetou um trabalho, seja energia e informação, e que, por consequência, revela relações marcadas pelo poder. (...) o território se apoia no espaço, mas não é o espaço. É uma produção a partir do espaço. Ora, a produção, por causa de todas as relações que envolve, se inscreve num campo de poder (...) (RAFFESTIN, 1993, p. 144).

Desta forma, o território revela relações de poder.

Do mesmo modo, o conceito da ideia de poder é uma constante na análise do território como foi proposto por Andrade (1995). Sendo assim, o autor traz a diferenciação entre espaço e território, portanto “o conceito de território não deve ser confundido com o de espaço ou de lugar, estando muito ligado à ideia de domínio ou de gestão de uma determinada área.” (ANDRADE, 1995, p. 19). Somada a isto, o território tem sua formação por meio do exterior. Santos (2002) determina que o território se configura pelas técnicas, os meios de produção, objetos, o conjunto territorial e pela dialética do próprio espaço. Diante a isto, a periodização da história é que define como será a organização do território e conforme suas proposições.

Desta forma, as concepções por detrás do território voltam para o objeto de estudo da geografia, ou seja, o espaço geográfico que, de acordo com Santos (2002), seria “um conjunto indissociável de sistema de objetos e sistema de ações”, sendo também sinônimo de território usado. Para tanto, há que se interpretar que o território usado “constitui-se como um todo complexo onde se tece uma trama de relações complementares e conflitantes” (SANTOS *et al.*, 2000c). Este não é uma entidade pura, não é apenas natureza, não apenas político, não é apenas econômico ou cultural, tão pouco é homogêneo. Por isso, considera-se no presente projeto que o conceito território usado (SANTOS, 2002; SILVEIRA, 2009) se apresenta como instrumento analítico relevante pois, “o território

usado, visto como uma totalidade, é um campo privilegiado para a análise na medida em que, de um lado, nos revela a estrutura global da sociedade e, de outro lado, a própria complexidade do seu uso” (SANTOS *et al.*, 2000c, p. 12).

Essa noção de território usado é uma ferramenta significativa na tarefa de se analisar sistematicamente a constituição do território na medida em que incorpora todos os atores, constituindo-se, portanto, numa totalidade cindida em duas matrizes: de um lado as materialidades (ou configuração territorial) e, por outro lado, as imaterialidades, constituídas pelas ações políticas. Considerando tais pressupostos, as articulações das transformações ocorrem de modo externo nos territórios, ele é espaço de mediação e articulação, como proposto por Reis<sup>23</sup> (1992), assim as articulações externas são heterogêneas, desiguais e assimétricas, ou seja, o “(...) território como espaço de mediação e articulação entre o local e o ambiente externo. A análise dos espaços locais se converte numa análise das articulações econômicas que lhes conferem espessura e particularidades.”.

Assim, o espaço retrata como as ações (sociedade) e os objetos (materialidade) são realidades indissociáveis, isto é, em permanente busca de ajustes para se alcançar um arranjo “perfeito” segundo as diferentes ordens sociais. Segundo Isnard (1978), o espaço é uma “ordem projetiva”, é produto dos projetos de uma sociedade.

Pode-se dizer que isso reafirmaria a proposição de Silveira (2009, p. 129) de que

o território usado é uma norma, pois é um princípio ou um molde para as ações presentes, a qual, dotada de poder desigual para transformar o que existe ou para concretar o possível, exercita novos usos, isto é, cria mais objetos e normas.

Para analisarmos os distintos poderes que os agentes têm para usar o território em seus distintos projetos, propomos entender o conjunto de igrejas neopentecostais e a indústria musical focalizada na esfera gospel como agentes de significativa relevância neste processo de uso. Dada a dimensão continental do território brasileiro, a fim de compreender como os projetos das igrejas se materializam no território nacional, recorreremos ao

---

<sup>23</sup> in SCHNEIDER, S. A abordagem territorial do desenvolvimento rural e suas articulações externas. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 6, nº 11, jan/jun 2004, p. 88-125.

conceito de situação geográfica para entender a escalaridade dos projetos nos diferentes rincões do país. Segundo Silveira (1999, p. 22):

A situação [geográfica] decorreria de um conjunto de forças, isto é, de um conjunto de eventos geografizados, porque tornados materialidade e norma. Muda, paralelamente, o valor dos lugares porque muda a situação, criando uma nova geografia. Assim, ao longo do tempo, os eventos constroem situações geográficas que podem ser demarcadas em períodos e analisadas na sua coerência.

Da mesma forma, quando analisamos a indústria cultural e fonográfica gospel, podemos abordar a concepção que a situação geográfica pode ser definida como uma coerência espacial e temporal dos eventos num dado lugar, como nó de verticalidades e horizontalidades, modulada pelas estruturas herdadas e pelos usos do território presentes e ancorados no futuro (SILVEIRA, 1999). Ou seja, ao entendermos a música como um agente atemporal e que perpassa os espaços geográficos ao se adaptar com base nas particularidades brasileiras, torna-se um agente presente no território. Assim, Santos (2002, p. 16) clássica as horizontalidades como os domínios da contiguidade, daqueles lugares vizinhos reunidos por uma continuidade territorial, enquanto as verticalidades seriam formadas por pontos distantes uns dos outros, ligados por todas as formas e processos sociais" (SANTOS, 2002 p. 16).

Deste modo, a música e a geografia possuem suas particularidades locais e locais, retomando Park (2004) que destaca o desenvolvimento e a difusão de questões religiosas estão tão enraizados em fatores espaciais, a religião e a geografia são duas dimensões que compõem a mesma realidade. Ou seja, as situações geográficas, pois as atividades e as práticas religiosas, no caso através da música, são conduzidas, ou inseridas, em distintos pontos do espaço geográfico. Assim, Cataia e Ribeiro (2017) afirmam que as situações geográficas dizem respeito aos nexos entre horizontalidades e verticalidades nos lugares, precipitados de impulsos globais por um lado e, por outro, cristalizações de heranças de usos populares que se atualizam.

Portanto, é através do espaço e na concretude do território que as expressões humanas são mais expostas, ou seja, o existir religioso se efetiva como um agente localizador, enfático e carrega consigo os fatos e ações religiosas, este condensando tanto nas práticas individuais quanto coletivas. Desta maneira, o indivíduo religioso tem suas expressões de vida manifestada por meio de práticas espaciais e que direcionam seu viés para a fé, sendo este a presença divina no mundo. Rosendahl (2006) confirma tal afirmação, pois é através da experiência religiosa que denota uma nítida dimensão espacial ao relacionar o homem, a divindade e o meio.

Por isso, Panitz (2012) ao se referir a música

no nível pessoal, ela cria repertórios subjetivos, organiza memórias (e conseqüentemente os lugares da memória), participa ativamente na sonorização da vida cotidiana, cria sentido ao mundo. No nível coletivo ela relaciona-se com memórias e histórias de vida compartilhadas, lugares de encontro, narrativas do espaço-tempo, períodos históricos específicos, e até mesmo com a estética sonora de cada geração, que por certo possui conteúdos geográficos específicos. No quadro geral da sociedade ela configura-se como uma importante atividade econômica e sócio-cultural que produz espacialidades diversas, como redes fonográficas (parcerias entre gravadoras locais e internacionais), locais de difusão (como rádios e televisões), locais de execução (teatros, bares, estúdios, gravadoras), lojas especializadas, cenas musicais, tribos urbanas, entre outros.

Nessa concepção a música gospel seria um instrumento especial para as igrejas e gravadoras do segmento, pois ao se adaptar conforme as particularidades locais acabam por agregar em torno da religião grupos que se identificam a partir de sonoridades. Sendo assim, a música gospel brasileira possui uma singularidade, ou seja, ela se adaptou conforme as múltiplas particularidades locais, logo surgiram diversos ritmos variados, como o funk gospel, o forró gospel, o pagode gospel, o axé-music, o rock gospel e outros (BANDEIRA, 2017b, p. 204).

Deste modo, ao falarmos de particularidades locais voltamos à definição de região, ou seja, partindo da concepção de região atrelado que sua formação das regiões nos países subdesenvolvidos está conectada com os espaços dos países desenvolvidos, ou seja, é a

partir de suas modernizações e, conseqüentemente, de sua expansão que se entende essa fragmentação do mundo em regiões funcionais. Assim, o impacto da modernização nos espaços derivados é de fundamental importância para a compreensão da região. Esses espaços derivados dependem de determinações externas e, também, de suas histórias internas.

Todo espaço conhece assim uma evolução própria, resultado de uma conjunção de forças externas pertencentes a um sistema cujo centro encontra-se nos países-polos e de forças internas já existentes nesse espaço. Resulta daí a diversidade das condições de subdesenvolvimento e a originalidade das situações para cada lugar (SANTOS, 1979, p. 25).

Da mesma forma, através da internacionalização do capital e o meio técnico-científico-informacional, demonstrou que a aceleração da acumulação de capital tornou mais seletivas as ações no espaço. Conforme o tempo se torna mais acelerado, tal ação acaba por modificar os eventos locais, aumentando as disparidades regionais, mas o fenômeno regional ganha universalidade. Tal universalidade, que segundo Santos (1999) corresponde às realidades regionais, pois é de fora que vêm seus impulsos e seus deveres.

Deste modo, ao através do domínio da fluidez, da velocidade de circulação das mercadorias e das informações esperava-se uma homogeneidade imposta globalmente. Entretanto, Santos vai contra a corrente, ou seja, a região para ele se torna ainda mais importante no mundo contemporâneo, tendo em vista,

(...) em primeiro lugar, o tempo acelerado, acentuando a diferenciação dos eventos, aumentando a diferenciação dos lugares; em segundo lugar, já que o espaço se torna mundial, o ecúmeno se redefine, com a extensão de todo ele do fenômeno de região. As regiões são o suporte e a condição de relações globais que de outra forma não se realizam. Agora, exatamente, é que não se pode deixar de considerar a região, ainda que reconheçamos como um espaço de conveniência mesmo que a chamemos por outro nome (SANTOS, 1997, p. 196).

Assim, ao analisar o mundo contemporâneo, como um espaço que comporta a realidade do local, do vivido, do qual parte para compreender o movimento do mundo, retornando ao

lugar, espaço da prática social. Ele recupera o movimento da totalização dos processos socioespaciais que compõem tanto a região ou o lugar quanto o espaço, sendo<sup>24</sup>

(...) a palavra lugar é, como outras do vocabulário geográfico, preñe de ambiguidades, já que a região é, também, um lugar e a própria expressão região serve para designar extensões diferentes. Sabemos a priori que a dimensão geográfica do tempo mais externo é o mundo, mas não sabemos qual a extensão do tempo mais interno. Ainda que um método laboriosamente estabelecido pudesse permitir, a posteriori, reconhecer esse tempo interno mais pequeno, tal constatação não seria absoluta (SANTOS, 1997, p. 111).

Não obstante, ao entendermos a concepção de território, região e as diferentes situações geográficas encontradas na territorialização da indústria fonográfica gospel, pode-se perceber que a mesma carrega consigo regionalismo, adaptando-se conforme a cultura e as particularidades locais. Assim, entende-se como uma região funcional aquela definida a partir de sua atividade econômica principal, ou seja, a indústria da música gospel, que cria consigo uma fragmentação do mundo resultante através da divisão internacional do trabalho no interior do capitalismo mundial e se formam na esteira do processo de modernização seletiva dos territórios nacionais, como afirma Santos, (2003).

Portanto, quando analisamos a esfera gospel no território brasileiro, podemos dividir a análise através dos fluxos que ocorrem através da infraestrutura que dá suporte às redes geográficas<sup>25</sup> - informação, mercadorias, capitais e pessoas - que conectam e permitem a divulgação da música através do território, sendo podemos falar o território a partir de sua história (SILVEIRA, 2011) ao destacar que a música por se tratar e se propagar através da técnicas, é um meio podemos entender o fenômeno e ascensão da

---

<sup>24</sup> Corrêa (1997) e Lencioni (1999) acreditam que a região é uma mediação entre o lugar e o espaço. Para eles, a região seria um espaço dinâmico, ou seja, uma fragmentação articulada com os processos gerais, nos quais a globalização não beneficiaria a região de autonomia. Já na concepção de Santos, a região seria sinônimo de lugar, e a mediação entre ela e o espaço se daria a partir do território usado, e não da região. O território, para o autor (1994b, 2000b), seria a mediação necessária entre o particular e o universal.

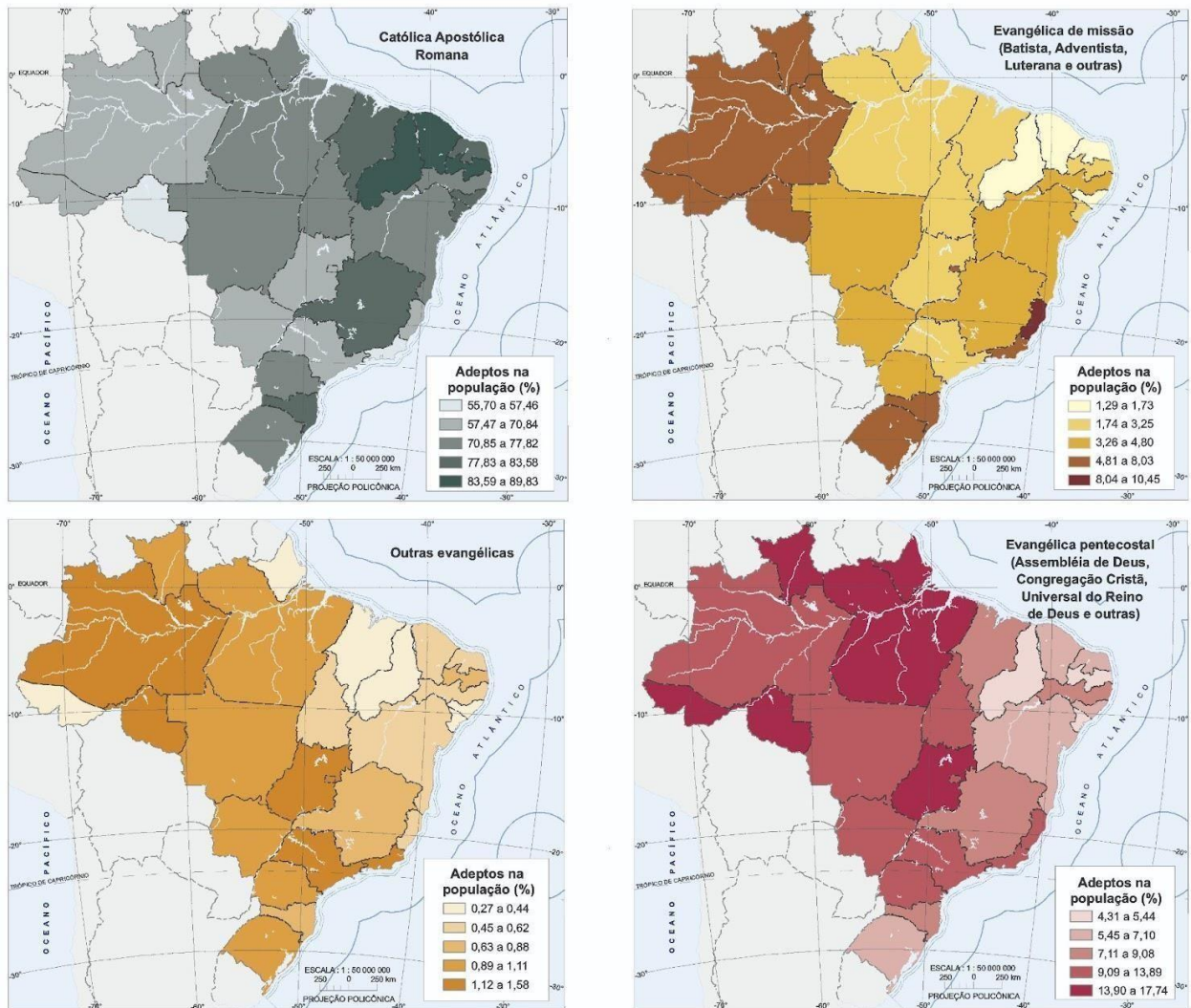
<sup>25</sup> Redes Geográfica refere-se a um conjunto de locais da superfície terrestre conectados e interligados entre si. Essas conexões podem ser materiais, digitais e culturais, além de envolver o fluxo de informações, mercadorias, conhecimentos, valores culturais e morais, entre outros.

indústria cultural e fonográfica gospel, convertendo ano após ano um número significativo de fiéis.

#### **4. Fenômeno Musical atrelado a Música Gospel**

O fenômeno musical e o fenômeno da música gospel estão atrelados, ou seja, ambos crescem à medida que ocorre a conversão e a expansão evangélica no país e o meio da música se adapta às novas tecnologias que emergem com o advento das plataformas *mainstreams*. Adentrando ao âmbito mais específico desta pesquisa, Alves et al. (2017) afirma que o número de brasileiros adeptos da religião evangélica cresce em média 0,8% ao ano desde 2010, enquanto a quantidade de católicos diminui 1,2% no mesmo período. A cada ano, 14 mil novas Igrejas evangélicas são abertas no país, ou seja, é uma média de 40 por dia. Através de uma projeção, a partir de 2022, os católicos estariam encolhendo para menos de 50% da população e, após dez anos, seriam 38,6% da população. Já os evangélicos alcançariam em 2032 a marca de 39,8% da população, assim, superando os católicos e se tornando a religião hegemônica.

## Características Gerais da População: Religião - 2000



Fonte: Censo demográfico 2000: características gerais da população: resultados da amostra. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.

Figura 1 - Características Gerais da População: Religião - 2000

## Características Gerais da População: Religião - 2010

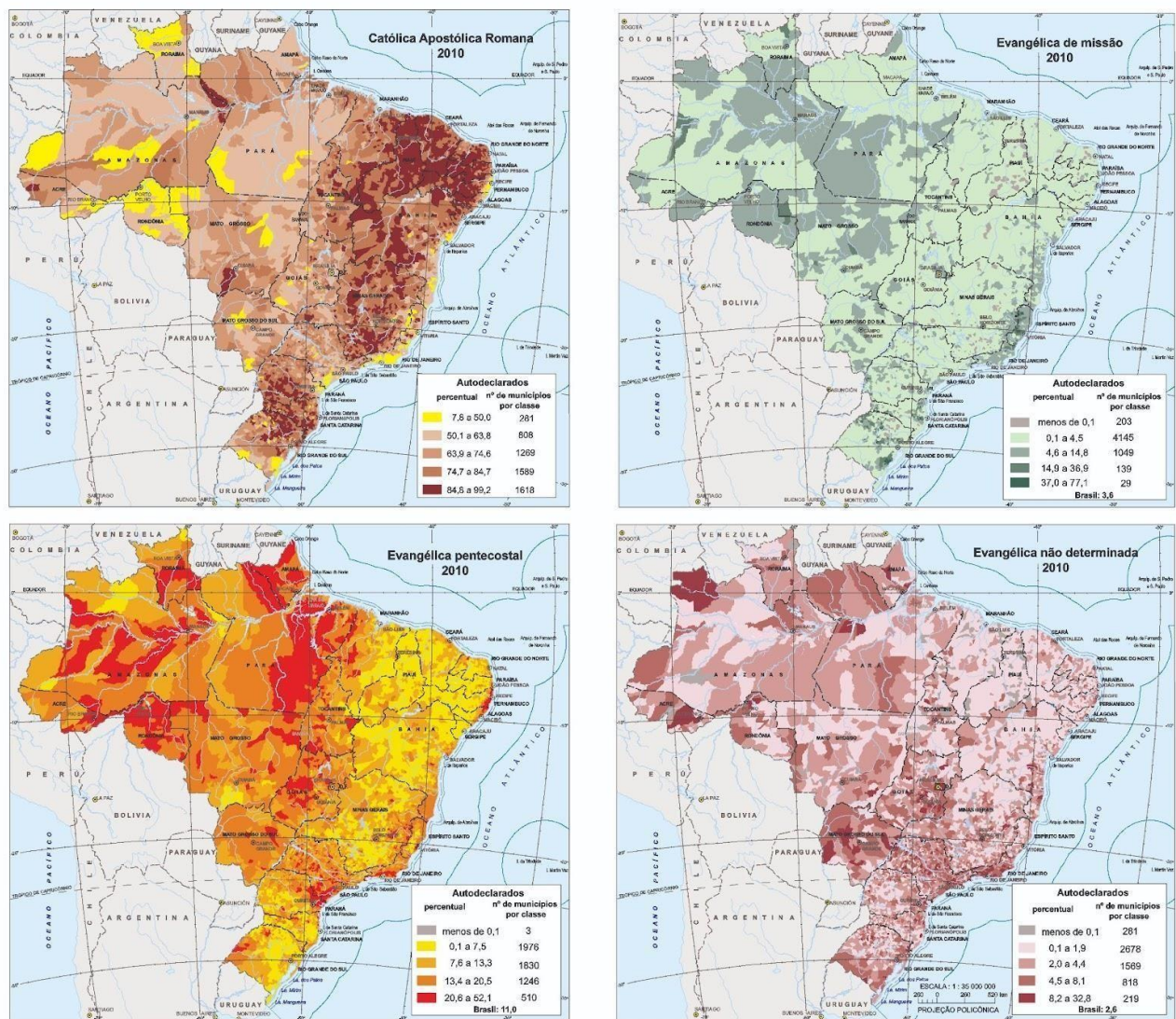


Figura 2 - Características Gerais da População: Religião - 2010

Segundo o Censo de 2010 (IBGE, 2010), em 30 anos, o percentual de evangélicos passou de 6,6% para 22,2%. Assim, os evangélicos foram o segmento religioso que mais cresceu no Brasil no período intercensitário, passando de 15,4% da população (26,2 milhões de pessoas) em 2000 para 22,2% da população (42,3 milhões de pessoas) em 2010,

sendo que em 1991, este percentual era de 9,0% da população (13,6 milhões de pessoas) e já em 1980, 6,6% da população (7,9 milhões de pessoas).

Guadalupe e Grundberge (2018) utilizam o termo “revolução silenciosa” para explicar a expansão que está abalando a hegemonia católica na América Latina, demonstrando como nos últimos anos evangélicos deixaram os templos em praças e prédios vazios para ocupar cargos no Legislativo, em prefeituras e grandes empresas. Não obstante, Almeida (2008), afirma que “o incremento demográfico evangélico tem transbordado para outras dimensões da vida pública”, este crescimento tem sido acompanhado do aumento de sua presença em espaços institucionais como a Câmara dos Deputados, o Executivo, em escolas e na mídia.

Também pode ser entendido como a “modalidade de presença” do religioso na esfera pública (GIUMBELLI, 2014), ou seja, ao contrário do que ocorria na metade do século XX, “um afastamento das coisas mundanas”. Montero (2016) ressalta “diferentes formas de produção de públicos e de publicidade pelos atores religiosos por meio de variadas tecnologias/artefatos de visibilidade”. No século XXI, as lideranças religiosas focadas na missão da evangelização e de intensificação de suas redes de contato têm ocupado diversos espaços da sociedade. Isso se dá, na visão de Bandeira (2017a), por meio da mídia, da indústria cultural (especialmente através da indústria fonográfica), da política institucionalizada, além de projetos em educação, saúde e assistência social.

Desta forma, tendo como foco a indústria cultural e ressaltando a indústria fonográfica gospel, se faz necessário buscar o entendimento geográfico, de uma indústria que vem crescendo e sendo chamado de “explosão gospel” (CUNHA, 2007), como forma de descrever este fenômeno social. Assim, Panitz (2011) trata que à multiplicidade de fatores que o fenômeno musical engendra, manifestando e difundindo através das formas musicais, das representações do espaço, do imaginário geográfico e das práticas e transformações espaciais nos quais foi reflexo ou agente. Deste modo, a música é um meio de expressão que nos permite mostrar facetas nas pessoas, ajuda a liberar emoções e pode criar uma identidade individual e também coletiva. Hormigos *et al.* (2004), ao tratar a

música como um fato social, [...] como fenômeno cultural, é criado por e para grupos de pessoas que assumem diferentes papéis sociais em sua relação com a música [...] sobre os traços culturais da sociedade em que nos encontramos (HORMIGOS, 2004, p. 261).

Portanto, a música, fenômeno e rede operam por intermédio das diversas mudanças na produção humana, ou seja, é através da mobilidade, das novas relações de poder, da territorialização da música, sendo ponto chave e de destaque para todas inferências do estudo da comunicação, mas também são fatores sociais, econômicos, tecnológicos e, especialmente, culturais.

Deste modo, quando analisamos a crescente evangélica, é possível vislumbrar que ano após ano demonstra um maior número de fiéis, seguidores e vertentes, se adaptando a diversos setores e segmentos sociais. Ademais, cabe mencionar que na última década, com a expansão das novas tecnologias de comunicação e informação, que acaba por disponibilizar significativa possibilidade de interação social por meio de aplicativos de celular, a participação da música gospel no cotidiano das pessoas só vem aumentando.

Ao adentrar na expansão das novas tecnologias de comunicação e informação, e com os adventos das tecnologias, ou através dos novos meios dados pelo meio técnico-científico-informacional<sup>26</sup> (SANTOS, 1996), se dá pela ligação da indústria da música com os meios, sendo evidenciado através do rádio, da telecomunicação e da *internet*. Assim, é através da funcionalidade das novas redes e tecnologias digitais, que adentram o capital e são intensificados, pois seus custos reduzidos de armazenamento, distribuição e comercialização e à maior extensão geográfica que estas possibilitam, estabelecem e se criam novos mercados de música digital.

---

<sup>26</sup> A expressão “meio técnico-científico-informacional”, refere-se às modificações que ocorreram no espaço geográfico, ou seja, com a interdependência entre técnica e ciência se aprofundou a partir do pós-Segunda Guerra Mundial, ao passo em que a dinâmica da circulação e do acúmulo de informações se intensificou. Tais elementos criaram um espaço geográfico com diversas modernizações no sistema produtivo que se propagam em diversos lugares, embora de forma desigual.

O desenvolvimento dos sistemas inteligentes que envolvem o uso do chamado “Big Data” é um fenômeno de modernização ligado a este novo meio técnico-científico-informacional, pois envolve a utilização de conhecimentos técnico-científicos, além de se basear na intensificação da circulação e do processamento de informações.

Neste contexto de crescente convergência tecnológica entre, por um lado, as redes de televisão por cabo, satélite e digital terrestre e, por outro, as redes de telecomunicações e a *Internet*. Demonstram uma maior estratégia dos meios de comunicação social, revalorizando os seus produtos musicais, transformando-os em aparatos digitais e que ao serem distribuídos através dos novos "mercados-rede" (CALVI, 2006), acabam por estabelecer novos mercados de música digital à escala global.

A escala global é dada pelo *mainstream*, ou seja, é nele que toda a cultura popular e cultura de massa, é disseminada pelos meios de comunicação de massa, sendo esses a televisão, o rádio e atualmente, as plataformas digitais, como: Spotify, Youtube, Amazon Music, Deezer e outros. Partindo assim, perpetua através das tendências no campo das ideias, como: as preferências, os gostos, a moda, o consumo, os comportamentos coletivos ou individuais, assim a "tendência", no caso da música e especificamente a gospel, são definidas e perpetuadas através do *mainstream*.

Neste sentido, o meio e opõe às culturas minoritárias, ou seja, muitas vezes o termo assume uma conotação negativa e também é usado em sentido pejorativo para indicar artistas que se expressam dentro de gêneros que são tipicamente "*trendy*" e de massa. Tendo como exemplo disso são filmes de ação ou a música POP, ou são destinados a um público-alvo específico, como por exemplo, adolescentes. por motivos e interesses puramente relacionados a vendas; essas manifestações artísticas, consideradas de consumo, se opõem àquelas que são prerrogativas das culturas, subculturas, contraculturas. Assim, o gênero *mainstream* está intimamente ligado a um âmbito "comercial".

Por se tratar de um âmbito comercial, o fenômeno musical atrelado a indústria cultural adentra o mercado global, ou seja, segundo os dados divulgado pela IFPI (2022), o mercado global da música gravada cresceu 18,5% em 2021, sendo um aumento de inscrições pagas através de plataformas digitais ou plataformas de *streaming*, o principal vetor para o crescimento, correspondendo (+21,9%). Fazendo assim, que o total mundial de assinantes, no fim de 2021, passasse dos 523 milhões de inscritos assinantes. Tornando-se, assim, o principal gerador de receitas do setor fonográfico mundial. Da mesma forma,

houve o crescimento, ainda no *streaming*, nas receitas de publicidade (*ad-supported* ou *streams* suportado por anúncio), assim como em outras áreas do mercado mundial, as vendas nos formatos físicos (+16,1%) e direitos de execução pública/*performance rights* (+4%) cresceram.

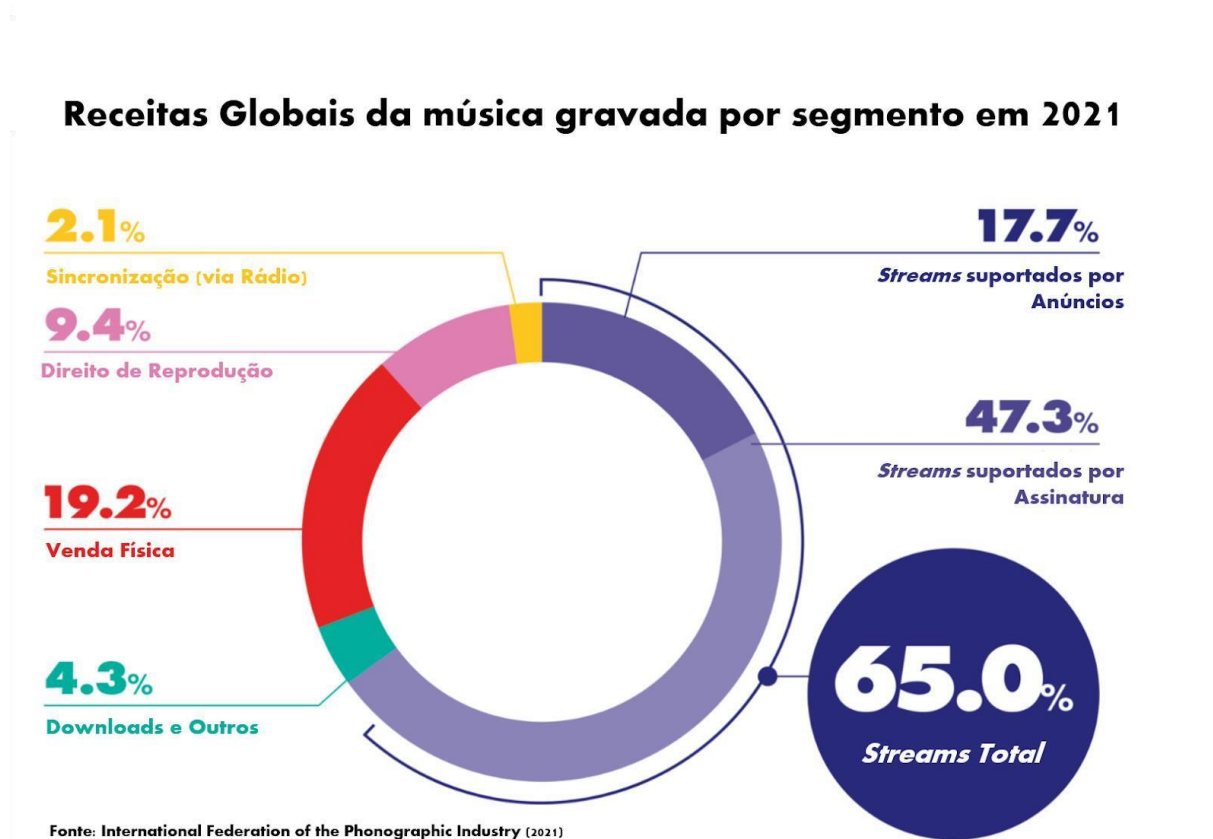


Figura 3 - Infográfico da Receita Global da Música gravada por segmento em 2021.

Tal crescimento se deu em diversas localidades no mundo, no caso da América do Sul e Central, o crescimento se deu ultrapassando os 31,2%. Da mesma forma, houveram crescimento em todas as regiões do globo, como no Estados Unidos e Canadá com mais de 22%, a Europa com 15,4%, a Ásia com 16,1%, e subsequentemente, a Oriente Médio e Norte da África com 35% e África Sub-Sahara com 9,6%.

Da mesma forma, segundo a IFPI (2022), as receitas na América Latina cresceram fortemente representando 3,9% do mercado global. O ano de 2021 foi o 12º ano de

crescimento consecutivo na região, e as receitas cresceram 31,2%. As receitas de *streaming* representaram 85,9% do mercado latino-americano, uma das maiores proporções em qualquer região. Todos os mercados da região apresentaram crescimento. Os dois principais mercados da América Latina - Brasil (+32,0%) e México (+27,7%) - responderam por 66,5% das receitas da região. Da mesma forma, segundo dados disponibilizados pelo Pró-Música Brasil Produtores Fonográfico Associados, o mercado fonográfico brasileiro apresenta crescimento em seus valores totais pelo 6º ano consecutivo, atingindo em 2021 R\$ 2,111 bilhões (USD 391 milhões), o que representa um crescimento de 32% em relação ao ano anterior.

## Panorama Geral do Mercado – Brasil no Mundo



Fonte: Pró-Música Brasil Produtores Fonográfico Associados

Figura 4 - Panorama Geral do Mercado - Brasil no Mundo

Em um panorama geral, as vendas físicas e digitais o mercado brasileiro cresceu 34,2% atingindo R\$ 1,8 bilhão. A arrecadação de direitos de execução pública para produtores, artistas e músicos atingiu R\$ 280 milhões, um aumento de 19,1% em relação a 2020, ano mais impactado pela pandemia neste segmento de receita. O mercado total atingiu R\$2,1 bilhões, o que representa que, em valores nominais e em moeda local, o setor

quase que dobrou seu faturamento nos últimos 3 anos (2019, 2020 e 2021), se comparado a 2018.

A distribuição de música gravada em áudio e vídeo através de plataformas de *streaming* “on demand” (por demanda, tradução nossa) continua sendo a principal fonte de recursos para o mercado fonográfico brasileiro. As receitas com assinaturas em serviços como Spotify, Deezer, Apple Music, Youtube Music, Napster, Amazon Music, entre outros, alcançaram R\$ 1.084 milhões, tendo como um crescimento correspondente a 27,8%, em relação a 2020. Já o faturamento gerado pelo setor de *streaming* de áudio suportado por anúncio (*ad-supported*), atingiu R\$ 318,2 milhões, com variação a maior de 35,4%, em relação ao verificado em 2020. No caso, dos vídeos musicais em *streaming* com interatividade, e remunerados por publicidade, como o Youtube e Vevo, entre outros, geraram recursos de R\$ 403,7 milhões em 2021, subindo 56,2% em comparação a 2020.

## Faturamento do Mercado Fonográfico

2019 - 2021

Em milhares de reais	2019	%	2020	%	2021
<b>Streaming</b>	964.608	39	1.342.078	35	1.806.421
Subscrições áudio	661.122	28	848.545	28	1.084.434
Publicidade áudio	111.725	110	235.039	35	318.239
Videos musicais	191.761	35	258.494	56	403.748
<b>Downloads &amp; Mobile</b>	11.755	4	12.170	- 51	5.958
Downloads	4.682	- 18	3.838	- 26	2.840
Mobile	7.072	18	8.332	- 63	3.118
<b>Físico</b>	7.750	- 34	5.092	139	12.188
Vinil	708	158	1.825	28	2.338
CD	6.182	- 28	4.471	56	6.997
DVD	860	-240 -	1.203	337	2.854
<b>Execução Pública</b>	278.227	- 16	235.070	19	280.069
<b>Sincronização</b>	5.763	- 24	4.352	46	6.344
<b>Receitas Totais</b>	<b>1.268.103</b>	<b>26</b>	<b>1.598.763</b>	<b>32</b>	<b>2.110.980</b>

Fonte: Pró-Música Brasil Produtores Fonográfico Associados

Figura 5 - Faturamento do Mercado Fonográfico (2019 - 2021)

Após o entendimento do segmento *mainstream*, atrelado ao *streaming* e tendo como foco a indústria cultural e ressaltando a indústria fonográfica gospel, entende-se que se faz necessário o entendimento geográfico, de uma indústria que vem crescendo consideravelmente, como forma de descrever este fenômeno social.

Os distintos poderes que os agentes da indústria gospel da música têm para usar o território em seus distintos projetos na escala dos lugares, ou seja, entende-se o conjunto de igrejas neopentecostais como agentes de significativa relevância neste processo de uso do espaço e assim abarcar as distintas situações geográficas. Do mesmo modo, a música gospel vêm atraindo e convertendo grande quantidade de jovens e jovens-adultos nos últimos anos.

Do mesmo modo, ao adentrar nas múltiplas situações geográficas e trazer maior entendimento acerca da territorialização da indústria fonográfica gospel, pode-se entender que existe uma correlação entre a indústria cultural da música, o mercado fonográfico e o poder da fé, sendo possível vislumbrar através do levantamento de gravadoras e produtoras e que ao relacionar com quem são as agentes e a relação direta da indústria musical com líderes de vertentes evangélicas e influentes na comunidade, como a presença de ex-senadores da “Bancada da Bíblia”, líderes de igrejas, entre outros (tabela 2).

Não obstante, o incremento musical, dado pelas gravadoras e produtoras do segmento musical gospel, atuam no país não mais somente dentro de igrejas templos, como o caso do Edir Macedo fundador e dono da Line Record e líder da Universal do Reino de Deus. O mesmo ocorre com outras, como Silas Malafaia, R. R. Soares e outros. E a música gospel ganha força, de tal modo a promover gigantes nacionais e internacionais, como o caso da Sony Music, que desde 2010 adaptou-se uma parte de sua produção para o seguimento evangélico em território nacional e na América Latina. O mesmo ocorreu com o Grupo Globo, que criou o selo gospel com a Som Livre, que além de lançar as trilhas sonoras da emissora, adaptou coletâneas do mercado gospel, da música católica e outros.

Gravadoras e Produtoras do seguimento Gospel em Atuação no Brasil					
	Nome da Produtora	Gênero Musical	Fundação	Localização	Fundador
1	Gospel Records	Música Cristã Contemporânea e	1990 - 2010 e retorno em 2020	RJ	Estevam Hernandes e Antônio Carlos
2	Mk Music	Música Cristã Contemporânea e	1987 até o momento	RJ	Arolde de Oliveira, Marina de Oliveira
3	Sony Music Gospel	Gospel	2010 até o momento	RJ	-
4	Praise Records	Música Cristã Contemporânea	1999 até o momento	ES	Lauriete e Reginaldo Almeida
5	Aliança	Música Cristã Contemporânea	1994 até o momento	SP	Ricardo Carreras
6	Central Gospel Music	Música Cristã Contemporânea	2005 até o momento	RJ	Silas Malafaia
7	Line Records	Música Cristã Contemporânea	1991 até o momento	RJ	Edir Macedo
8	Louvor Eterno	Gospel e Congregação Pentecostal	1987 até o momento	PR	Mara Lima e Gessé Lima
9	Cristo Vencedor	Gospel	1968 até o momento	SP	Jaime Kemp
10	Art Gospel	Música Cristã Contemporânea	2003 até o momento	RJ	Ronaldo Moreira
11	AB Records	Música Cristã Contemporânea	1995 até o momento	RJ	Ronaldo Barros e Sandra Barros
12	Graça Music	Música Cristã Contemporânea	1999 até o momento	RJ	R. R. Soares
13	UniRecords	Música Cristã Contemporânea	2006 até o momento	ES	Ivanildo Nunes
14	Som Livre	Trilha sonoras, coletâneas, gospel e	1969 até o momento	RJ	Grupo Globo e João Araújo
15	Todah Music	Música Cristã Contemporânea	2012 até o momento	SP	Osmar Goulart e Alessandro Porfírio
16	OniMusic - Som que alimenta	Música Cristã Contemporânea	2004 até o momento	SP	Nelson Tristão
17	Musile Records	Música Cristã Contemporânea	2013 até o momento	SP	Ricardo Carreras
18	Criative Music	Música Cristã Contemporânea	1997 até o momento	ES	Ivanildo Nunes

**Nota:** \*Algumas gravadoras não foram citadas por falta de informações e/ou por estarem em processo de análise de dados, como as produtoras: RoRi Music; CPAD Music; Melody Gospel; Visão Music e outras.

Tabela 1: Gravadoras e Produtoras do segmento Gospel em atuação no Brasil

Portanto, com o levantamento das produtoras e os agentes que as comandam da indústria cultural e fonográfica gospel e com o advento das plataformas digitais *mainstream*, a música se perpetua no espaço. Desta forma, é através das plataformas digitais de streaming que acolhem, suportam e divulgam tais incrementos da música. Ao focar nas plataformas, como o Spotify e Amazon Music, foi possível entender que a música do gênero perpassa aos seguidores e ouvintes evangélicos. A exemplo disto, a faixa “Girassol”, de Priscilla Alcantara e Whindersson Nunes, estreou no top 5 da *playlist* “Top 50 Brazil” (Spotify), sendo considerada a estreia de maior sucesso entre artistas gospel brasileiros. Do mesmo modo, em agosto de 2019, apenas três deles tinham mais de 1 milhão de ouvintes. Já no ano de 2020, 15 artistas atingiram essa marca, como: Aline Barros, Gabriela Rocha, Fernandinho, Kemuel, Priscilla Alcântara, entre outros, como é possível visualizar na tabela abaixo.

<b>Ranking Gospel em 2020 no Spotify</b>			
	<b>Artistas mais ouvidos no Brasil</b>	<b>Gênero Musical</b>	<b>Produtoras</b>
1º	Fernandinho	CCM, Rock e Pop	OniMusic - som que alimenta
2º	Gabriela Rocha	Gospel	OniMusic - som que alimenta
3º	Kemuel	CCM	Sony Music (Gospel)
4º	Priscilla Alcantara	CCM, Pop, Rock e Indie	Line Records e Sony Music (Gospel)
5º	Aline Barros	CCM, Congregacional e Pop	Sony Music (Gospel)
6º	Isadora Pompeo	Gospel	Musile Records
7º	Isaias Saad	CCM, Rock e Pop	OniMusic - som que alimenta
8º	Bruna Karla	CCM, Gospel e Pop	MK Music
9º	Casa Worship	CCM	Criative Music
10º	Gabriel Guedes de Almeida	CCM	Criative Music

**\*Nota:** CCM é a sigla para Música Contemporânea Cristã.

*Tabela 2: Ranking – Artistas mais ouvidos no Brasil do gênero gospel em 2020*

Ao correlacionar tais dados apresentados acima e entender como a música gospel molda e se propaga no espaço, podemos entender tal fenômeno como um subjeção do mercado para um segmento em ascensão, ou seja, ao analisarmos as plataformas de *streaming* com mais tiragem em território nacional, foi possível perceber que ocorre uma crescente não só nos ouvintes, mas também ocorre um incentivo ao gênero, tal incentivo se dá a criação através de *Playlists* dada pela própria plataforma, como é o caso do Spotify e Amazon Music.



Figura 6 - Spotify - Playlist criadas e disponibilizadas específicas do gênero Gospel

Ao procurar o gênero gospel na plataforma do Spotify, usando o campo de busca e com a palavra chave “gospel”, foi possível encontrar 20 *playlists* específicas do gênero e criadas pela plataforma. Sendo possível, ver a gama de subgêneros da música gospel, que se adapta e fica explícito através dos títulos da própria playlist, como o caso: da Funk Gospel, Sertanejo Gospel, POP Gospel, Templo do Rock, Trap Gospel, o Gospel Clássico e outras. Da mesma forma, podemos ver que os subgêneros não se atentam somente a estilos musicais, mas focalizam em momentos situacionais, como no caso de Louvando e Louça, uma *playlist* que abrange sucessos do meio e que pode ser utilizada durante uma situação corriqueira, como lavar a louça.

Outro ponto, são as playlists Sucesso Gospel, Novidades Religiosas e Revelação Gospel que dão enfoque a músicas que acabam de ser lançadas ou que já vem sendo um sucesso com pouco tempo de lançamento. E por fim, pode-se perceber que o meio da música gospel atinge todos os públicos, como no caso da Gospel Clássico e o Gospel Kids,

o primeiro com o enfoque para uma geração que já vem do clássico, já a segunda tende a focar nas novas gerações e ouvintes, no caso as crianças.

No caso da plataforma Amazon Music, o mesmo ocorre, por se tratar de uma plataforma nova no mercado *mainstream* no Brasil, a mesma ganha força por estar atrelada ao conglomerado Amazon e o Amazon Prime, tendo um baixo custo e diversos benefícios. Sabendo disso, ao entendermos mais a fundo a plataforma, a mesma foi selecionada para a análise, pois no ano de 2022, a plataforma cria uma premiação para os Sucessos Gospel, tendo uma cobertura através de *livestream* (*streaming* ao vivo) e que premiava os mais maiores sucessos do ano, como no caso da figura abaixo.



Figura 7 - Amazon Music - Playlist criadas e disponibilizadas específicas do gênero Gospel

Portanto, ao entendermos a trajetória da música gospel e sua complexidade de ascensão, vemos que a mesma ganha força e tal força é dada através do grande número de adeptos e seguidores que vem ganhando cada vez mais espaço e voz em território nacional. Assim, a música gospel ganha força também e por se tratar de uma indústria que vem se consolidando e se adaptando conforme as situações locais, regionais e nacionais, podemos entender que a mesma ainda tem um caminho a percorrer, entretanto com a ascensão, a bolha gospel deixará de existir e se tornará uma unidade nacional, um gênero musical não mais focado em um só grupo social, mas sim, a uma grande massa populacional. E segundo a projeção dada por Alves *et al.* (2017), o ano de 2022 será o ano marco para tal ascensão,

pois é com o fim da hegemonia católica em território nacional, outra grande vertente tende a crescer e se imperar.

## 5. Conclusão

A música é, talvez, o produto cultural mais presente no cotidiano das populações. Quando analisamos a música através do âmbito do consumo, ela acaba por ser consumida a todo o instante, sendo executada ao longo das tarefas mais corriqueiras, como em uma caminhada na cidade, ao praticar esportes, em viagens e deslocamentos diários, momentos de entretenimento ou descanso, como afirma PANITZ (2011).

Da mesma forma, a música expressa consigo as características dos lugares e lhes dá significado, e é através dela que é esboçado as múltiplas ferramentas de controle do imaginário social, podendo assim, construir espaços. Deste modo, a música assume uma perspectiva da dimensão, ou seja, é através dela que a representação do mundo e como prática no/do espaço geográfico. Assim, o fenômeno musical, atrelado a uma perspectiva da música como um agente modelador em diversos níveis humanos, como: o individual, coletivo, local, regional, demonstra que a mesma pode ser analisada por diversas formas de análises.

Sendo assim, a música carrega consigo a multiplicidade de fatores por detrás da análise geográfica do espaço, podendo ser analisada através do interesse espacial da difusão de formas musicais; das representações do espaço. do imaginário geográfico e das práticas e transformações espaciais nos quais foi reflexo ou agente. Deste modo, no presente trabalho foi analisado música gospel por intermédio das plataformas *mainstream*, focalizando na indústria voltada ao seguimento pentecostais e neopentecostais em âmbito local e nacional, no qual teve como busca central dar-se-á compreensão aos processos e agente da indústria musical e fonográfica gospel.

Com tudo, para trazer maior entendimento sobre a situação geográfica destas indústrias e o poderio religioso e político dos grupos e/ou indivíduos que as comandam, se fez necessário adentrar a busca não só nas plataformas *mainstream* e *streaming*, mas, também, adentrar mais afundo na Indústria da Música, sendo possível entender que o segmento musical não é só uma relação cantor-produtor-mercado, mas sim, uma indústria gigantesca, que possuem diversos setores, agentes e a mão do capital, por se tratar de uma

indústria bilionária. Após tal entendimento da Indústria da Música, voltamos a análise da pesquisa, propriamente, para a indústria fonográfica gospel brasileira.

Outrossim, para maior entendimento desta indústria, se fez necessário entender o fenômeno evangélico, ou seja, conforme o número de evangélicos cresce no Brasil através da “explosão gospel” (CUNHA, 2007) e classificada como uma “revolução silenciosa” (GUADALUPE *et al.*, 2018), fazendo com que seja possível entender este fenômeno social. Portanto esta indústria, ano após ano demonstra um maior número de fiéis, seguidores e vertentes, se adaptando conforme as particularidades locais, regionais, da mesma forma que se adapta conforme os múltiplos setores e segmentos sociais. Ademais, cabe mencionar que na última década, com a expansão das novas tecnologias de comunicação e informação, ou seja, focalizando nas plataformas *mainstream*, possibilitaram uma significativa interação social, fazendo com que a música evangélica deixasse a esfera gospel e adentrar ao cotidiano, conforme foi possível mensurar.

Portanto, conforme a música acaba por se distanciar, mas não mudar seu intuito, o gospel que possui uma origem ancestral atrelado à história da escravidão estadunidense e a fé propagada em igrejas pentecostais, acaba por virar um produto a serviço do mercado musical. Ou seja, através da singularidade e da adaptação conforme as demandas locais, o conteúdo produzido também possui uma particularidade, adaptando-se. Surgiram diversos ritmos variados, como o funk gospel, o sertanejo gospel, o axé-music gospel, o rock gospel e outros. Entretanto, acabou por não perder sua origem, que seria a propagação da fé, não mais atrelada, propriamente, às igrejas pentecostais e neopentecostais, mas sim, a fé e ao louvor, que por sua vez, estão atrelados ao mercado-financeiro de uma indústria que cresce consideravelmente e vem gerando milhões de seguidores, recursos financeiros e adaptações musicais.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALMEIDA, R., “Os pentecostais serão maioria no Brasil”. **Revista de Estudos da Religião**, ano 8: 48-58. 2008.

ALVES, J. E. et al. Distribuição espacial da transição religiosa no Brasil, **Tempo Social, Revista de Sociologia da USP**, v. 29, n. 2, pp. 215-242. 2017.

ANDRADE, M. C. **A questão do território no Brasil**. São Paulo: Hucitec; Recife: IPESPE, 1995.

BALLOUSSIER, A. V. **Avanço evangélico no Norte explica preocupação católica em encontro de bispos**. São Paulo: Grupo Folha, 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/10/avanco-evangelico-no-norte-explica-preocupacao-catolica-em-encontro-de-bispos.shtml>> Acesso em: fev. 2021.

BANDEIRA, O. **O mundo da música gospel entre o sagrado e o secular: disputas e negociações em torno da identidade evangélica**. Rio de Janeiro: Tese de doutorado em Antropologia Cultural, UFRJ, 2017a.

\_\_\_\_\_. **Música Gospel no Brasil - Reflexões em Torno da Bibliografia sobre o Tema**. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, 37 (2): 200-228, 2017b.

BILLBOARD. IFPI 2012 **Report: Global Music Revenue Down 3%; Sync, PRO, Digital Income Up**. 26 de março de 2012. Disponível em: <<https://www.billboard.com/music/music-news/ifpi-2012-report-global-music-revenue-down-3-sync-pro-digital-1098245/>> Acessado em jun. 2022.

BRASIL. Lei nº 9612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 20 fev. 1998.

BRÉSCIA, V. L. P. **Educação Musical: Bases psicológicas e ação preventiva**. São Paulo: Átomo, 2003.

CALVI, J. C. **La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración**. Zer, 21, p. 121-137. 2006.

CASSIRER, E. **Ensaio sobre o homem: introdução a uma filosofia da cultura humana**. Tradução de Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Martins Fontes, 2012

CLAVAL, P. **Epistemologia da geografia**. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2011.

CATAIA, M. A; RIBEIRO, L. H. L. Análise De Situações Geográficas: Notas Sobre Metodologia De Pesquisa Em Geografia. **Revista da ANPEGE**, [S. l.], v. 11, n. 15, p. 9–30, 2017.

CORRÊA, R. L. **Trajetórias geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 1997.

CUNHA, M. do N. **“O conceito de religiosidade midiática como atualização do conceito de igreja eletrônica em tempos de cultura ‘gospel’”**. Salvador: Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2002.

\_\_\_\_\_. **Vinho Novo em Odres Velhos. Um olhar comunicacional sobre a explosão Gospel no cenário religioso evangélico no Brasil**. (Tese: Doutorado em Comunicação). USP - Universidade de São Paulo. 2004.

\_\_\_\_\_. **A explosão gospel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X / Instituto Mysterium. 2007.

\_\_\_\_\_. **“Religiosidade midiática em tempos de cultura gospel”**. Tempo e presença, n. 15. 2009.

DARDEN, R., **People Get Ready: A New History of Black Gospel Music**. Continuum: International Publishing Group, 2005.

DE PAULA, R. R. (2014), “**Deslocamentos rítmicos e ressignificação de sentidos: a formação do funk gospel**”. Em: Oliveira, P. C.; Carreira, S. S. G. (org.). *Diásporas e deslocamentos: travessias críticas*. Rio de Janeiro: Faperj/FGV Editora: 127-150. 2014.

\_\_\_\_\_. “**O mercado de música gospel no Brasil: aspectos organizacionais e estruturais**”. *Revista UniAbeu*, v.5, n. 9: 141-157. 2012.

\_\_\_\_\_. “**Audiência do Espírito Santo**”: **música evangélica, indústria fonográfica e produção de celebridades no Brasil**. Rio de Janeiro: Tese de doutorado em Ciências Sociais, UERJ. 2008.

DOLGHIE, J. A **Renacer em Cristo e o mercado de música gospel no Brasil**. São Bernardo do Campo: Dissertação de mestrado em Ciências Sociais e Religião, UMESP; 2002.

FERREIRA, P. S. S. **Teoria Do Valor, Dinheiro E Capital Em Karl Marx**. Texto Didático do Departamento de Economia - Centro de Ciências Sociais Aplicadas da UFS. 2015.

FORBES, B. D. MAHAN, J. H. **Religion and popular culture in America**. University of California Press. Berkeley, Califórnia, EUA. 2005.

FRAME, J. M. *Contemporary Worship Music*. Phillipsburg, NJ: **P&R Publishing**, 1997.

GOLDMAN, D. **Music's lost decade: Sales cut in half**. CNNMoney. Nova Iorque, 3, fevereiro, 2010. Disponível em: <[https://money.cnn.com/2010/02/02/news/companies/napster\\_music\\_industry/](https://money.cnn.com/2010/02/02/news/companies/napster_music_industry/)> Acessado em: jun. 2022.

GOTTMANN, J. **A evolução do conceito de território. Boletim Campineiro de Geografia, vol. 2, nº 3, 2012. p. 523-545. 1973.**

GIUMBELLI, E. **Símbolos religiosos em controvérsia.** São Paulo: Terceiro Nome, 2014.

GUADALUPE, J. L. P. e GRUNDBERGE, S. **Evangélicos y poder en América Latina.** Lima (Peru): Konrad Adenauer Stiftung e Instituto de Estudios Social Cristianos, 430 p. 2018.

HERSCHMANN, M. Lapa, **Cidade da Música. Desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

HUNT, S. ‘Winning Ways’: Globalisation and the Impact of the Health and Wealth Gospel. **Journal of Contemporary Religion, Vol. 15, No. 3, 2000.**

IBGE. Censo Demográfico, 2010. **Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência.** Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd\\_2010\\_religiao\\_deficiencia.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf) >. Acesso em: fev. 2022.

IFPI. **Digital Music Report 2012.** London: IFPI Market Research Publications. 2012.

IFPI. **Digital Music Report 2013.** London: IFPI Market Research Publications. 2013.

IFPI. **Digital Music Report 2014.** London: IFPI Market Research Publications. 2014.

IFPI. **Digital Music Report 2015.** London: IFPI Market Research Publications. 2015.

IFPI. **Digital Music Report 2016.** London: IFPI Market Research Publications. 2016.

IFPI. **Digital Music Report 2017** London: IFPI Market Research Publications. 2017.

IFPI. **Digital Music Report 2018.** London: IFPI Market Research Publications. 2018.

- IFPI. **Digital Music Report 2019**. London: IFPI Market Research Publications. 2019.
- IFPI. **Digital Music Report 2020**. London: IFPI Market Research Publications. 2020.
- IFPI. **Digital Music Report 2021**. London: IFPI Market Research Publications. 2021.
- IFPI. **Digital Music Report 2022**. London: IFPI Market Research Publications. 2022.
- ISNARD, H. O Espaço do Geógrafo. **Boletim Geográfico**, Rio de Janeiro, 36 (258-259): 5-16, jul./dez., 1978.
- JACOB, C. R. et al. **Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio. São Paulo: Loyola, 2003.
- JOLLIVET, M. **Le développement local, mode ou mouvement social?** Economie Rurale. Paris, SFER, n° 166, pp. 10-16, 61 p. 1985.
- KNITTER, P. **Prophets and Profits: Interreligious Dialogue and Economic Development**. In: CORNILLE, C. WILLIS, G. The World Market and Interreligious Dialogue. Euge: Cascade Books, pp. 3-27. 2011.
- LEFEBVRE, H. **A produção do espaço**. 1974. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: La production de l'espace. 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão: início - fev. 2006.
- LENCIONI, S. **Região e geografia**. São Paulo: Edusp. 1999.
- LIBRARY OF CONGRESS. LOG. **African American Spirituals**. Article. Disponível em: <[www.loc.gov/item/ihas.200197495/](http://www.loc.gov/item/ihas.200197495/)> Acessado em: jun. 2022.
- MARCUSE, H. **Eros and civilization: a philosophical inquiry into Freud** (4. pr. ed.). Boston, Massachusetts: Beacon Press. p. 136. 1996.

MARSHALL, L. K R. / Let's keep music special. F--- Spotify' : on-demand streaming and the controversy over artist royalties. **Creative Industries Journal**. Vol. 8, No. 2. pp. 177-189. 2015.

MARX, K. **A mercadoria**. In: MARX, K. O Capital: Crítica da economia política. Livro I: O processo de produção do capital. Trad. Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo. pp. 113-158. 2013.

\_\_\_\_\_. O Capital: crítica da economia política. 2.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985. v. 1. Coleção Os Economistas, p. 49. Do original: MARX, K. Das Kapital – Kritik der politischen Ökonomie. Hamburgo, 1890.

MASSEY, D. **Pelo espaço: uma nova política da espacialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MENDONÇA, A. G. e VELASQUES FILHO, P. **Introdução ao Protestantismo no Brasil**. São Paulo, Loyola. 1990.

MENDONÇA, J. **Música e religião na era do pop**. Curitiba: Appris. 2014.

MONTERO, P. “‘Religiões públicas’ ou religiões na esfera pública? Para uma crítica ao conceito de campo religioso de Pierre Bourdieu”. **Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, 36(1), p.128-150**. 2016.

MORAES, A. C. R.; COSTA, W. M. da. **A geografia crítica: a valorização do espaço**. São Paulo: Hucitec, 1984.

PARK, C. Religion and geography. In: Hinnells, J. (ed). **Routledge Companion to the Study of Religion**. London: Routledge, 2004. p. 1-29. 2004.

PANITZ, L. M. Geografia e música: uma introdução ao tema. **Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales**. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 30 de mayo de 2012, Vol. XVII, nº 978. 2012.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder.** Tradução de Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

RATZEL, F. **Antropogeographie, Die Geographie Verbreitung des Menschen** (Zweiter Teil). Stuttgart: J. Engelhorn. 1891.

REIS, J. **Os Espaços da Indústria. A regulação econômica e o desenvolvimento local em Portugal.** Portugal: Edições Afrontamento, 1992.

ROLIM, F. C. **Pentecostais no Brasil: Uma Interpretação Sócio-Religiosa.** Petrópolis, Vozes. 1985.

ROSENDAHL, Z. O sagrado e o espaço. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa (Org.). **Explorações geográficas: percursos no fim do século.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

RUBIN, I. I. **A Teoria Marxista do Valor.** Tradução de José Bonifácio de S. Amaral Filho. São Paulo: Brasiliense Editora S.A., 1980.

SANT'ANA, R. A música gospel e os usos da “arma da cultura” - Reflexões sobre as implicações de uma emenda. **Revista Intratextos**, vol. 5, n. 1, p. 23-41, 2013.

SANTOS, J. **Telecurso: Música: ensino médio.** 1.ed. Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho, 2008.

SANTOS, M. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos.** 2. ed. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora. 1979

\_\_\_\_\_. **Metamorfose do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia.** 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1994a.

\_\_\_\_\_. O retorno do território. In: SANTOS, M. et al. (Org.). **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec/Anpur, p. 15- 20. 1994b.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 2. ed. São Paulo: Hucitec. 1997.

\_\_\_\_\_. Modo de produção técnico-científico e diferenciação espacial. **Revista Território**, Rio de Janeiro, ano IV, n. 6, p. 5-20, jan./jun. 1999.

\_\_\_\_\_. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record. 2000a.

\_\_\_\_\_. **Território e sociedade: uma entrevista com Milton Santos**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. 2000b.

\_\_\_\_\_. *et al.* O Papel Ativo da Geografia – Um Manifesto. Apresentado pelo Laboratório de Geografia Política e Planejamento Territorial e Ambiental, do Departamento de Geografia – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (USP) no XII Encontro Nacional de Geógrafos. Florianópolis. 2000c.

\_\_\_\_\_. **O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania**. São Paulo: Publifolha, 2002.

\_\_\_\_\_. **Espaço e Método**. São Paulo: Edusp, 2003.

SEABROOK, J. **The Price of the Ticket**. **The New Yorker**. Nova Iorque. 10-17, agosto, 2009. Annals of Entertainment. Disponível em: <<https://www.newyorker.com/magazine/2009/08/10/the-price-of-the-ticket>> Acessado em: jun. 2022.

SILVEIRA, M. L. **Uma situação Geográfica: do método à metodologia**. Revista Território, Rio de Janeiro, ano IV, n.16, jan./jun.1999.

\_\_\_\_\_. Ao território usado a palavra: pensando princípios de solidariedade socioespacial. In: VIANA, A. L. d'Á.; IBAÑEZ, N.; ELIAS, P. E. M. (Orgs.). **Saúde, desenvolvimento e território**. São Paulo: Aderaldo & Rotschild, 2009.

\_\_\_\_\_. Território e sociedade no início do século XXI: a história de um livro. **Revista Acta Geográfica**, edição especial, Rio de Janeiro, 2011.

SOUTHERN, E. **The Music Of Black Americans: A History**. New York: W.W. Norton. 1971.

SPINA, S. **A Cultura Literária Medieval**. Editora: Ateliê Editorial-SP, 1997.

**The New Grove Dictionary of Music and Musicians**, vol. XV, pp. 87. Londres: MacMillan, 1980.

VICENTE, E. “Música e fé: a cena religiosa no mercado fonográfico brasileiro”. **Latin American Music Review**, vol. 29(1): 29-42. 2008.

WIKSTRÖM, P. **The Music Industry: Music in the Cloud**. 2.<sup>a</sup> ed. **Cambridge: Polity Press**. 2013.

\_\_\_\_\_. La industria musical en una era de distribución digital. **C@mbio: La comunicación y la cultura**. 2014.

WOHLGEMUTH, P. W. **Rethinking Church Music**. **Hope Pub Co**. Subsequent edition. 1981.