

## O evangelho segundo o *gospel*: mídia, música *pop* e neopentecostalismo

*Joêzer de Souza Mendonça*

**Resumo:** A música *gospel* tem sido um destacado vetor de divulgação da renovação religiosa promovida pelo neopentecostalismo. No estudo da música cristã contemporânea no Brasil, este artigo analisa a integração e a similaridade da canção *gospel* em relação aos modelos da canção *pop* quanto às formas de elaboração musical, performance, difusão comercial e midiática e recepção pública.

**Palavras-chave:** canção *gospel*; mídia; música *pop*

**Abstract:** Gospel music has been an outstanding vehicle of promotion of the religious renews undertook by New Pentecostalism. At studying Brazilian contemporary Christian music, this paper analyzes the integration and similarity of gospel song with the patterns of pop song in relation to their forms of musical working up, performance, commercial and media broadcasting and public reception.

**Keywords:** gospel song; media; pop music

### Apresentação

Disseminado como um estilo musical no começo do século passado, o *gospel* encontra seu apogeu no Brasil na última década do século XX ao transpor as fronteiras de origem norte-americana, ser devidamente globalizado pelo cristianismo contemporâneo e tornar-se marca de uma nova cultura cristã. O universo do *gospel* não consiste apenas de músicas e letras que abordam temas religiosos cantados por músicos evangélicos. Nos primeiros anos do novo século, o *gospel* revela-se a estrutura da tecnologia e do mercado evangélicos que se desenvolveram em seu entorno e, sobretudo, faz parte das novas atitudes e condutas cristãs geradas a partir das transformações religiosas e culturais experimentadas na dinâmica da pós-modernidade.

A integração dos músicos neopentecostais na modernidade tem sido marcada pela adoção de gêneros musicais de sucesso popular, como o *funk*, o *rock*, o forró, o pagode. Esses estilos são introduzidos pela renovação musical cristã, que se sustenta tanto na reprodução dos gêneros musicais nacionais quanto na adaptação de tendências musicais globalizadas em um processo que

acompanha a diversidade dos estilos musicais divulgados pelos meios de comunicação de massa.

Como destacado veículo de promoção da renovação religiosa promovida pela expansão do neopentecostalismo, a canção *gospel* brasileira parece revelar também uma bem-sucedida integração com os modelos da canção *pop* no que diz respeito às formas semelhantes de elaboração musical, de execução artística, de difusão comercial e midiática e de recepção pública.

Assim, esta pesquisa justifica-se pela sua proposta de questionar os rumos da música cristã a partir da interação das canções da cultura *gospel* com as formas de elaboração e divulgação musical da indústria cultural, e encontra sua relevância ao inserir uma forma cultural e musical do pentecostalismo contemporâneo nos estudos musicológicos. O objetivo deste artigo é descrever alguns dos resultados desse estudo da relação da cultura *pop* com o sentido religioso verificado na canção *gospel*.

### **Neopentecostalismo e renovação litúrgica**

No cristianismo moderno, a música também serve como elo de comunicação entre os cristãos e Deus, além de contribuir para a criação de um ambiente apropriado para a expressão de adoração e emoção coletivas. Nos momentos de louvor e adoração das igrejas cristãs são reveladas diversas formas de expressão musical que atenderiam aos padrões culturais e religiosos dos fiéis presentes nos templos e nos locais reservados para apresentações musicais. A canção *gospel* moderna, elemento primordial das renovadas práticas litúrgicas, demonstra atender não somente às demandas espirituais e emocionais dos fiéis como também às exigências do mercado. Dessa forma, o *gospel* pode ser descrito como um fenômeno cultural-religioso de mercado (CUNHA, 2007).

No Brasil do novo século, o gênero musical *gospel*, originariamente um tipo de canção religiosa de movimentos avivalistas norte-americanos do final do século XIX, deixou de pertencer à esfera estritamente musical para designar uma cultura, a cultura *gospel*. Essa manifestação cultural, identificada com as novas atitudes e comportamentos dos evangélicos neopentecostais, evidencia características bem apontadas por Magali Cunha (idem, pp. 173-176):

- a inserção do cristianismo na modernidade por meio da sacralização do consumo e da intervenção midiática;

- a sacralização de gêneros musicais populares brasileiros;
- o emprego de práticas pentecostais, como a externalização da emoção nas reuniões coletivas.

Em que pesem as distinções institucionais e dogmáticas entre protestantes e pentecostais, os membros de ambas as igrejas são conhecidos pelo termo “evangélicos”. E por esse termo são identificados pela mídia, pelos não-protestantes (católicos, espíritas, umbandistas) e pelos próprios protestantes e pentecostais, apesar das divergências teológico-doutrinárias bastante profundas entre os grupos. Os dados dos Censos Demográficos do IBGE realizados entre 1970 e 2000 revelam um forte crescimento dos evangélicos, especialmente dos evangélicos pentecostais, e um recuo no número de católicos.

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

O subgrupo evangélico<sup>1</sup> denominado “neopentecostal” refere-se às igrejas Universal do Reino de Deus (1977, ano de estabelecimento no Brasil), Internacional da Graça de Deus (1980), Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra (1986) e Renascer em Cristo (1986). Essas igrejas caracterizam-se pela pregação da Teologia da Prosperidade, pelo emprego de práticas típicas do Cristianismo pré-Reforma - como o uso de simbologia mística na Guerra

---

<sup>1</sup>O pentecostalismo clássico reúne as igrejas pioneiras: Congregação Cristã (estabelecida no Brasil em 1910) e Assembléia de Deus (1911), que se caracterizaram pela crença no dom de línguas, pelo ascetismo pessoal e sectarismo social. Um segundo subgrupo pentecostal é constituído pelas igrejas Evangelho Quadrangular (1953), Brasil para Cristo (1955), Deus é Amor (1962) e Casa da Bênção (1964), marcadas pela ênfase na cura divina, nas pregações de teor avivalista e no uso do rádio como veículo proselitista. As datas entre parênteses referem-se ao ano de estabelecimento das igrejas relacionadas. Ver MARIANO (1999) e BITTENCOURT FILHO (2003) sobre tipologias do pentecostalismo no Brasil.

Espiritual contra as “forças do mal” -, pelo rompimento com o ascetismo pentecostal que visava à separação dos costumes seculares e pela intensificação do uso das mídias. Algumas igrejas neopentecostais mais recentes, como as Comunidades (Evangélicas, da Graça) e Bola de Neve, assim como a Renascer em Cristo, atenuaram a ênfase na cura e no exorcismo, reestruturando seus modelos de proselitismo a fim de alcançar diversas classes sociais e grupos urbanos.

Em seu processo de expansão, os grupos neopentecostais têm na música *gospel* uma forte aliada, sendo a música *pop* o principal referencial. Em entrevista à revista *Galileu*, Silas Rahal, que dirige a Igreja das Américas, em Nova Friburgo, justifica o uso do *punk* para alcançar as faixas juvenis de convertidos ou não: “A dança das festas da Palestina do século I era igual ao *punk*. (...) Jesus e os apóstolos adoravam festas. Tenho certeza de que, se vivessem hoje, estariam aqui conosco” (2008, p. 47).

Por sua vez, Anderson Dias Barbosa, da Comunidade Crescendo na Graça, se declara um DJ-pastor “200% hip-hop” e utiliza uma linguagem bastante coloquial em suas pregações: “*Cê tá mais ligado na correria da quebrada que na sua família*” (idem, p. 49).

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

A característica popular do neopentecostalismo descobre-se no anti-intelectualismo, tendência que vê no conhecimento doutrinário ou na erudição um obstáculo à comunhão e ao acesso das camadas sociais mais pobres; no emprego de práticas místicas e estilos de música populares, que facilitariam a inserção do neopentecostalismo no cotidiano de uma população acostumada ao sincretismo mágico-religioso brasileiro (ORTIZ, 1980, p. 100) e às expressões

musicais da mídia; na Teologia da Prosperidade, que prega a ascensão financeira ligada ao crescimento espiritual e atua como fator de atração para as classes sociais situadas nas incertezas da vida urbana, “maltratadas pelas mutações sociais e econômicas” (ORO; CORTEN; DOZON, 2003, p. 14); e, na geração de redes de relações sociais que amparam e protegem os novos filiados e as pessoas em situação de pobreza (ALMEIDA, 2006). As palavras de Ricardo Mariano sobre a expansão da Igreja Universal podem ser estendidas ao sucesso das igrejas neopentecostais brasileiras, que também

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

### **O sagrado e o secular na religiosidade contemporânea**

De acordo com Brenda Carranza (2005), as igrejas modernas têm atravessado um processo interno de diferenciação entre a dimensão institucional e a religiosidade presente no sistema cultural. Tal processo pode explicar o descompasso entre a crescente necessidade de religiosidade observada na sociedade e o declínio do poder das igrejas organizadas. Nota-se, portanto, a persistência cultural da religião ao mesmo tempo em que há um aumento da religiosidade sem religião, isto é, sem o vínculo institucional.

O contínuo surgimento de novos grupos religiosos desvinculados de grandes organizações eclesiásticas retrata uma pulverização da centralização institucional-religiosa resultante tanto da busca individual de autonomia em relação aos monopólios religiosos como, paradoxalmente, da reação à dessacralização da vida religiosa. “O mundo hoje é massivamente religioso, não é em absoluto o mundo secularizado que previam tantos analistas da modernidade” (BERGER, 2001, p.16).

O neopentecostalismo surge em um período de acelerado processo de atenuação das fronteiras entre sagrado e secular. Conrad Ostwalt (citado por BORN, 2003) observa que em muitas igrejas cristãs contemporâneas não ocorre

mais uma polarização entre sagrado e secular, mas sim um nivelamento, resultante do direcionamento histórico e gradual de pensadores religiosos que, desde o Iluminismo, teriam concedido cada vez mais espaço ao pensamento secular. No esforço eclesialístico de dar sentido ao conteúdo bíblico para as novas gerações, os tradicionais limites que separavam os modelos culturais cristão e secular foram progressivamente diluídos, o que estaria levando a um processo de nivelamento do dualismo sagrado/secular. Segundo Benedetti, a capacidade de mimetização das igrejas cristãs na contemporaneidade, demonstradas em eventos como o “Carnaval de Jesus” e a “balada gospel”, revelam uma capacidade de sacralização do profano, o que expressaria que “há, aqui, mais do que transposição, um nivelamento entre sagrado e profano” (2006, p. 132).

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

O processo de sacralização de costumes e práticas seculares tem promovido a relativização da ética de consumo e da noção de santidade protestante, e também tem proporcionado a inclusão pentecostal no sistema midiático e a constante atualização musical cristã. Assim, o estímulo ao consumo, a inserção midiática e a canção *gospel* tornam-se forças propulsoras para o crescimento neopentecostal amparado pelo nivelamento entre sagrado e profano. A autonomia leiga e a concorrência institucional parecem conduzir as igrejas cristãs a uma orientação rumo às marcas da cultura contemporânea de rejeição de tradicionalismo, adoção de antigos processos mágico-religiosos e inserção na lógica de mercado e na cultura das mídias.

O crescimento do pentecostalismo tem sido observado como fator preponderante na substituição dos métodos tradicionais de evangelização por meios modernos e tecnicamente eficazes de divulgação do evangelho. Em

contraste com o culto do protestantismo histórico, identificado com a rigidez e a solenidade, o culto pentecostal caracteriza-se pela informalidade e pela liberdade às expressões emotivas, propiciando catarse individual e coletiva.

Segundo Leonildo Campos, o pentecostalismo tem manifestado na sua liturgia uma grande proximidade entre religião e espetáculo, com pouca distinção “entre culto e teatro, espetáculo de auditório e manifestação sagrada, (...)” (1997, pp. 68-69). Dessa forma, com sua adequação à lógica do mercado, o neopentecostalismo substitui a ética protestante de poupança por uma “*ética de consumo compulsório*” (ibidem, p. 176, grifo do autor).

### **As mídias e a religião**

No contexto sócio-cultural contemporâneo, a religião tem nos meios de comunicação uma oportunidade de maximizar sua capacidade simbólica, de ampliar em grande escala seu poder de agregar pessoas e criar laços sociais, bem como de vincular interesses e orientar ações coletivas (ORTIZ, 2006, p. 136). A tecnologia propicia às religiões um suporte que permite uma circulação mais veloz e eficiente de suas mensagens e produtos, seja pela TV, internet ou mídia impressa, o que aumenta sua visibilidade nos tempos atuais. Para o filósofo Jacques Derrida, as religiões desencadeiam uma competição, uma “guerra”, na luta para controlar o sistema digital, os satélites de comunicação, “a concentração dos poderes capitalístico-midiático, em três palavras, *cultura digital, jato e TV* sem as quais não existe, hoje em dia, qualquer manifestação religiosa” (in DERRIDA; VATTIMO, 2000, p. 37, grifos do original).

O fator tecnológico, acompanhado do crescimento da urbanização e da busca de inculturação das igrejas no mundo urbano (CUNHA, 2005, p. 95), apresenta-se em um cenário de transformações do campo religioso. Esse campo é renovado pelo papel que as mídias exercem na sua dinâmica, mas também é modificado pela competição mercadológica verificada no mercado das religiões, em que os padrões empresariais de gestão administrativa e a mídia eletrônica devem ser analisados à luz das mudanças da própria estrutura cultural e sócio-econômica mundial.

Para Jay Howard e John Streck, estudiosos do *gospel* contemporâneo norte-americano, houve pouca possibilidade para a música cristã escapar do

processo de acelerada industrialização que marca as relações do capitalismo de mercado (2004, p. 153). No entanto, o fator evangelístico – característica primordial do proselitismo religioso – funcionaria como garantia cristã de que os meios de comunicação e os diversos estilos musicais estão a serviço de sua mensagem moral.

À semelhança do que ocorre nas organizações seculares, os líderes religiosos têm adotado estratégias de marketing e técnicas administrativas com o intuito de garantir sua sobrevivência (DOLGHIE, 2007, p. 39) e maximizar sua audiência e seu público consumidor de bens simbólicos (ORTIZ, 2006, p. 137). Leonildo Campos constata que “a transformação do “*campo religioso*” em “*mercado religioso*” é conseqüência da força homogeneizadora do mundo sobre o universo religioso” (1997, p. 204, *grifos do autor*). Nota-se, então, que as interações da religião com a cultura do mercado resultam da reconfiguração social, cultural e econômica da atualidade, em que, ao contrário das previsões positivistas, a religião continua a desempenhar papel ativo na sociedade.

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

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

A terminologia no plural de mídia é justificada por Lúcia Santaella, em *A Cultura das Mídias*:

(...) O que se pretende pôr em relevo são justamente os traços diferenciais e *sui generis*, quase idiossincráticos, de cada mídia individual, para caracterizar a cultura que nasce nos trânsitos, intercâmbios, fricções e misturas entre os diferentes meios de comunicação, produzindo, como conseqüência um movimento constante de culturas, eruditas e populares, assim como nos processos de produção e recepção das culturas de massas. (SANTAELLA, 1996, p. 24).



As igrejas cristãs, católicas e evangélicas, não descartaram a utilização dos meios de comunicação como veículo de proselitismo religioso e, desde os anos 50 e 60 do século passado, buscaram recursos para divulgar suas mensagens por meio do rádio e da TV. A Igreja Católica, além de ser proprietária de várias emissoras de rádio e televisão, tem espaço televisivo nas manhãs de domingo, quando a TV Cultura e a TV Globo exibem nacionalmente a celebração de missas, e também na cobertura de eventos religiosos especiais, como os discursos e viagens do papa e as missas em feriados específicos (Finados, Natal).

No ramo evangélico, a Rede Record de rádio e televisão é a maior vitrine da força econômica da Igreja Universal do Reino de Deus, mas ela é somente a ponta mais visível de uma rede comunicacional de vasto alcance territorial e de grande poder de inserção social, em que o progressivo poder financeiro das igrejas pentecostais acelera esse processo de ampliação e midiaticização religiosa.

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

### **Gospel no Brasil: música e mídia**

Desde as últimas duas décadas do século XX, o pentecostalismo tem expandido consideravelmente o número de adeptos, de canais de rádio e TV, de produtos comercializáveis, de vereadores e deputados. O pentecostalismo e suas variantes denominacionais abrem cada vez mais novas igrejas e seguem buscando fiéis em todos os estratos sociais; a presença de suas mídias televisiva e radiofônica verifica-se em todo o território nacional; a variedade de bens de

consumo vinculados aos pentecostais é cada vez mais abrangente; e, o lobby evangélico tem proeminência política.

Nesse processo de expansão, a música *gospel* desempenha um papel de grande relevância, servindo ao mesmo tempo como marca do pentecostalismo contemporâneo. O intensivo uso da mídia funciona como grande divulgador dos conteúdos religiosos, sendo que boa parte da programação diária das rádios e TVs está reservada às músicas *gospel* apresentadas por um elevado número de cantores, “astros” da indústria fonográfica evangélica.

Essa indústria é constituída por um conjunto de gravadoras que, além de artistas, produtores, músicos e técnicos, agrega retransmissoras de rádio, ocupa espaços pagos nas TVs abertas e estabelece escritórios de promoção e administração das carreiras do seu elenco de cantores. Alguns desses artistas, dada a sua repercussão nacional, têm seus produtos musicais distribuídos por gravadoras da esfera secular, como é o caso da cantora evangélica Aline Barros, com dois CDs e dois DVDs lançados via LGK Music e Som Livre em abril de 2008.

No intuito de angariar maior visibilidade social, as igrejas neopentecostais têm produzido eventos de grande atração em logradouros públicos. Em 2007, a 14<sup>a</sup> “Marcha Pra Jesus” reuniu aproximadamente três milhões de pessoas, apesar da ausência do casal-fundador da Igreja Renascer em Cristo, retido nos Estados Unidos sob a acusação de porte ilegal de dólares<sup>2</sup>.

A gravadora Gospel Records, da mesma igreja, promove o “SOS Vida”, em São Paulo, também com a reunião de consagrados artistas evangélicos para um grande público em espaços abertos. A gravadora MK Publicitá reúne seu elenco de artistas para eventos como o “Canta Rio” – a edição de 2006 utilizou o feriado de 7 de setembro para marcar o início das comemorações pelo 20<sup>o</sup> aniversário da gravadora, quando, segundo o *site* oficial do evento ([www.cantario.com.br](http://www.cantario.com.br)), a cantora Aline Barros “intercedeu pela Cidade Maravilhosa”.

Quando realizados em espaços abertos, como praças e avenidas, os espetáculos conhecidos como “Louvorzões” atraem um público de milhares de

---

<sup>2</sup>Estevam e Sônia Hernandes foram presos em 9 de janeiro de 2007 quando entravam nos EUA com US\$ 56,467 mil escondidos em uma bolsa, na capa de uma Bíblia, em um porta-CDs e em uma mala. Em agosto de 2007, o casal foi condenado a 140 dias de reclusão, mais cinco meses de prisão domiciliar e dois anos de liberdade condicional, além de 30 mil dólares de multa para cada um, por contrabando de dinheiro e conspiração para contrabando.

peessoas - o *site* da gravadora MK (*mkmusic.com.br*) anunciou que a edição carioca de 2007, realizada na Sexta-Feira da Paixão, reuniu cerca de 200 mil pessoas. As igrejas, por sua vez, utilizam casas de espetáculo seculares ou grandes clubes para a realização do próprio “Louvorzão”, cuja proposta é oferecer algumas horas de entretenimento e também evangelização por meio da “ministração” (as pregações ou prédicas de cantores ou pastores nos cultos e shows evangélicos).

Os eventos *gospel* apropriam-se de modelos seculares de entretenimento, desde os locais escolhidos, como praias e casas de espetáculo, passando pela nomenclatura das festas, como “balada gospel”, “gospel night”, “gospel planet”, e pela figura do artista *gospel* como atração.

Exemplos dessa nova configuração religiosa são os eventos anunciados no *site gospelmais.com.br*: *Jesus Viva Verão*, realizado nos fins de semana do mês de janeiro (em 2008, o local escolhido foi a Praia da Costa, em Vila Velha/ES); *Gospel Night – a Festa*, noticiada como a oportunidade para o público evangélico “curtir grandes nomes da música Gospel Eletrônica, Black Music, Gospel Funk e Música Bahiana [sic]”, além de “dois ambientes de muito som e iluminação” sob o comando de DJ’s; *Gospel Planet*, realizada em 18 de julho de 2008, no Rio de Janeiro, ao som de Adriano Gospel Funk, com “seu principal sucesso ‘Chuta que é Laço’”, da “cantora Pop Teen Jessyca” e do Ministério Gospel Night.

Outros eventos, como a *Festa Jesuína*, promovida no mês dos festejos juninos, apresenta um considerável ecletismo musical. Há artistas do *funk* (Adriano Gospel Funk), das canções de adoração (Ministério União Ágape), do *soul* (Família Acrisoul), do *pop* juvenil (Jessyca), da *black music* (Melosweet) e, por tratar-se de uma celebração junina, de artistas do forró (Kainon). Os nomes se repetem na festa *gospel* conhecida como *Gospel Night Fantasy*.

Na análise dos megaeventos ou megashows, podemos delinear algumas características, como:

- o *caráter supradenominacional*: não há proselitismo de uma instituição religiosa, o interesse seria a divulgação dos conteúdos religiosos não importa a confissão pessoal. Assim, o sucesso do evento não está ligado à evangelização, mas à atração de um “entretenimento religioso” de fantástico

porte que confirmaria a expansão evangélica e “o sentimento de pertença dos adeptos” (CUNHA, 2007, p. 156);

- *a profissionalização do espetáculo religioso*: os eventos acatam as especificações do *show business*, com eficiente infra-estrutura de *marketing* e tecnologia na pré-produção do evento (publicidade, escolha de datas e locais), na realização ao vivo (cenografia, iluminação, sonorização, equipamentos de filmagem de última geração) e na pós-produção (qualidade de imagem e som no suporte requerido – CDs, DVDs, e comercialização do produto). O desenvolvimento dos aparatos de reprodução e transmissão midiáticos possibilita a espetacularização das expressões de fé, notadas no emprego dos recursos tecnológicos e no aspecto teatral;

- *a música gospel como atração*: o gênero *gospel*, por ser uma espécie de guarda-chuva musical que abriga todos os estilos, atende aos diferentes gostos e expectativas do público. O fator catalisador de atração de público para os megashows é a música performatizada pelos artistas de grande sucesso. A postura do público, com gritos, assovios e outras manifestações típicas do fã secular, e a postura dos cantores, de performance e figurino semelhante aos *popstars* da mídia, propiciam um resultado final em que convergem o lazer, a emoção religiosa e o mercado.

Na asseguuração de novas práticas litúrgicas, o papel da música *gospel* é fundamental. Não somente porque a música pode facilitar a busca pelo êxtase espiritual ou pela atmosfera litúrgica festiva, mas também por ter sido apropriada pela indústria fonográfica neopentecostal como recurso de sobrevivência mercadológica e propagação do ideário cristão.

No decorrer desse processo, parece ser necessário empregar técnicas seculares de gestão empresarial na divulgação do seu elenco de cantores, valer-se da diversificação de gêneros musicais com vistas a angariar o gosto do público, relativizar as tradições cristãs quanto ao conceito de santidade na aparência física, no vestuário e nos costumes, além de adotar a prosperidade pessoal, a guerra espiritual e o êxtase emocional como bandeiras de sua teologia (cf. CUNHA, pp. 282-308; DORNELES, pp. 140-209).

O cristianismo contemporâneo, ao modelar sua entrada no mercado editorial de livros e música pelos padrões gerenciais seculares, assimilou mais que renunciou ao processo de industrialização. Sua oferta de produtos abrange

não apenas literatura e hinologia evangélicas, mas também uma grande variedade de acessórios, de calçados a vestuário, de produtos de higiene e beleza pessoal a material escolar, como prova a ExpoCristã, evento anual que movimentou o mercado evangélico em fenomenal expansão.

Descrita como emocional, espiritual, dinâmica e capaz de entreter, a música *gospel* exerce papel-chave como símbolo de identidade, além de funcionar como veículo para expressão cristã (PARSITAU, 2007). É uma música que lida com temas cristãos e interpretada por pessoas que se referem a si mesmas como cristãos cuja missão seria pregar “a palavra de Deus por meio da música” (*idem, ibidem*). Em seu desenvolvimento nas igrejas afro-americanas no final do século XIX, o *gospel* revelava caracteres como o canto de “chamada-e-resposta”, ou antifonal, sem tamanho pré-determinado. Seus textos repetitivos eram improvisados ou tomados de outros gêneros (canções de origem africana, hinos protestantes, *work songs*) e apresentavam frases da Bíblia, de sermões ou do cotidiano escravo (JACKSON, 1995).

No início do século XX, as canções *gospel* já evidenciavam semelhanças com a música secular. Embora mantivesse a estrutura de verso-refrão, tríades primárias e acordes de sétima com variação nos 3º e 7º graus da escala para criar as *blue notes*, sua inserção na indústria fonográfica e divulgação pelo rádio propiciou mudanças, aproximações e negociações com o mercado de música secular. Vale lembrar que a interação do *gospel* com a canção popular nos Estados Unidos proporcionou o desenvolvimento do *rock’n roll* e da *soul music* nos anos 1950.

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

No início do século XX, observava-se a consolidação do movimento Holliness, movimento religioso marcado pelo êxtase pentecostal (falar em línguas desconhecidas) e pela continuidade de práticas mágico-religiosas dos negros norte-americanos convertidos ao cristianismo. A música do serviço litúrgico enfatizava a característica da experiência sensorial e emocional e do estímulo corporal – bater palmas, rolar pelo chão, pular. O movimento Holliness propiciou às comunidades cristãs afro-americanas a oportunidade de expressão de sua própria cultura e de seus valores estéticos “em vez de ser versões negras das igrejas brancas”, apesar do raio de interinfluência de música e performance abranger ambas as igrejas (CUSIC, 1990, p. 92). Por outro lado, a autonomia e o individualismo das igrejas Holliness e Sanctified permitiram as muitas inovações no campo da música *gospel*, mesmo que algumas daquelas inovações causassem certa confusão entre referenciais sagrados e seculares.

Assim, o pentecostalismo norte-americano é uma chave para o entendimento da música *gospel*, visto que foi o berço onde se originou esse estilo musical e também proporcionou o espaço litúrgico em que as transições e inovações foram expressas culturalmente.

A interação da liturgia pentecostal com os modelos musicais seculares não é apanágio do século XXI. Nos primeiros anos do século XX, Homer Rodeheaver, músico-líder da campanha itinerante do renomado evangelista Billy Sunday, revolucionou a parte musical dessas campanhas avivalistas e foi pioneiro no soerguimento de uma indústria de música *gospel* “com sua combinação de ministério e entretenimento e a criação de uma companhia de gravação e edição independente” (CUSIC, 1990, p. 70).

No final dos anos 1940, uma nova geração de compositores e intérpretes buscavam referências musicais em outros modelos além daqueles das tradicionais convenções e “começaram a incorporar em suas canções ecos da música pop secular” (WOLFE, 1981, p. 77). O Movimento de Jesus, surgido em fins da década de 1960, em plena efervescência sócio-cultural, contribuiu para a solidificação da combinação de *rock e gospel* como ferramenta do proselitismo evangélico.

A partir dos anos 80, a *Christian Contemporary Music* (a música cristã contemporânea norte-americana) tornava-se a marca de uma indústria geradora de bilhões de dólares, enquanto estilos musicais *pop* de apelo juvenil –

*dance, tecno, hip hop, rap* e, também, *acid, hard, punk* e outras variações do rock – recebiam letras de temática religiosa. Cantores de grande sucesso no meio gospel, como Amy Grant, Michael W. Smith, Carman e grupos como Petra, superavam o espaço institucional das igrejas e passavam a oferecer “entretenimento cristão”: uma oferta de diversão boa e tranqüila amparada em concertos de gigantesca estrutura de palco, público e publicidade

Os primeiros protestantes brasileiros, convertidos por missionários dos Estados Unidos, mantiveram-se afastados de práticas musicais que de alguma forma estivessem associadas aos cultos do catolicismo e das religiões afro-brasileiras. Os estilos musicais identificados como pertencentes à cultura brasileira foram rejeitados e em seu lugar foram ensinados hinos cujo estilo era parte da cultura musical protestante anglo-saxã.

Em relação às práticas litúrgico-musicais do período de instalação do culto protestante em terras brasileiras, alguns pesquisadores, como Velasques (1990), entendem que o culto protestante no Brasil estabeleceu-se como resultante da hegemonia cultural norte-americana e da rejeição da cultura brasileira nas práticas musicais dos cultos. Contudo, a noção de hegemonia e eurocentrismo parece tratar os primeiros protestantes brasileiros como um público passivo e inteiramente submetido à dominação do gosto musical dos missionários americanos.

Michel de Certeau (1994) observa que o sentido e o uso dos produtos culturais na vida individual e social das pessoas não podem ser completamente determinados. Assim, pode-se entender que a adoção da hinódia anglo-saxã e a conseqüente exclusão dos gêneros de música brasileira ocorreram por causa da forte associação da música local com as festas consideradas “pagãs ou profanas” e, também, devido ao distanciamento dos conversos em relação à cultura estrangeira, o que teria facilitado a designação daquela hinódia como “música sacra”, isto é, “separada” para as atividades do serviço litúrgico, e ainda separada quanto à divergência de propósito entre os gêneros (um para a “diversão” e outro para a “comunhão espiritual”).

Nas décadas de 1950 e 1960, os grupos pentecostais introduziam pequenos cânticos (os corinhos) com ritmos e estilos populares brasileiros e, nos anos 60 e 70, acompanhando a ideologia nacional-popular, aconteciam movimentos de inclusão da música popular brasileira na liturgia protestante.

Nas décadas de 80 e 90, a explosão gospel abriu espaço para a entrada de uma enorme variedade de gêneros musicais, o que parece ser reflexo do caráter da pluralidade estilística contemporânea, em que a justaposição ou a coexistência de muitos estilos musicais leva ao ecletismo de gêneros nos programas musicais das mídias (rádios e TVs).

### **Música *pop* e canção *gospel* brasileira**

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

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

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

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

*A palavra “pop” é empregada, nesses momentos, como parâmetro para a delimitação de gêneros e estilos e a rotulação de produtos dentro do próprio universo pop. (...) Utilizada assim como adjetivo, a*



*palavra pop parece não se referir a um gênero de limites definidos, mas apontar, em geral com um tom depreciativo, para uma qualidade que os produtos possuem em maior ou menor grau. A causa para tal indefinição proviria de uma das marcas mais características do pop, ou seja, sua mutabilidade constante, através da qual ele está sempre incorporando novos elementos e se transformando (CAZÉ, 1997, p. 33).*

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

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

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

A canção das mídias, conforme estudo de Heloísa Valente (2003), é aquela canção cuja elaboração cancional, execução artística, difusão comercial e midiática e recepção pública está integrada às condições técnicas dos suportes de gravação e à atuação mercadológica de executivos e produtores da indústria do audiovisual. Atada às decisões e normas da indústria do entretenimento, a canção das mídias evidencia caracteres como o elevado investimento publicitário (para artistas consagrados e lançamentos com retorno financeiro previsto), a superprodução no processo de gravação (embora poucos produtos alcancem o sucesso comercial) e a busca de apelo universal nos dos produtos e serviços (SHUKER, 1999, pp. 173-174).

O notável crescimento do campo neopentecostal no Brasil está ligado aos traços da cultura *gospel* e sua visão religiosa de maior liberdade litúrgico-

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

Uma visita aos *sites* das gravadoras evangélicas proporciona alguns exemplos da adoção das técnicas do marketing moderno. Em uma página virtual da MK Publicitá<sup>3</sup> há uma propaganda do CD “Os Arrebatados remix 3” onde se lê: “o primeiro [cd] foi um sucesso, o segundo outra benção, o terceiro promete ‘bombar geral’”. Para adquirir os CDs e DVDs anunciados, o comprador é dirigido a uma janela eletrônica que oferece opções de compra em gigantes do mercado via internet, como a Loja Submarino. Ainda no mesmo CD, na faixa 17, “Bonde de Jesus”, ouvem-se os versos: “aqui só dá ‘sangue bom’/ vida santa no altar/ vem, que é tudo de bom/ sem neurose, vem dançar (...) Vem, galera, batidão, já é, tá aí (...)”.

A cantora *gospel* Aline Barros estreou na trilha sonora de uma novela da Globo, *Duas Caras*, com a canção “Recomeçar”, faixa de seu CD, *O Poder do Teu Amor*, do selo AB Records. A música foi tema da personagem Dalva, uma ex-dependente química que se tornava evangélica<sup>4</sup>. Premiada no Grammy Latino de 2007 na categoria *gospel* cantado em português, a cantora tornou-se um dos rostos mais conhecidos fora do meio evangélico, levando seus empresários a firmarem contrato de distribuição com a gravadora Som Livre, empresa fonográfica da Rede Globo.

Devido ao crescimento do mercado gospel, a revista secular *Backstage*, dedicada a informações sobre tecnologia de áudio e vídeo, passou a apresentar a seção denominada “Boas-Novas”, cujas páginas anunciam lançamentos de CDs e DVDs de cantores e bandas gospel e o equipamento técnico usado por esses artistas. Na edição de número 162, a revista informa que os equipamentos Shure, líder mundial em microfones, “serão utilizados pela cantora com

---

<sup>3</sup>Disponível em <<http://www.mkpublicita.com.br/ConsultaArtista?idArtista=32>>. Acesso em 11 mai. 2007.

<sup>4</sup>Disponível em [www.gospelmais.com.br/noticias/2381/cantora-gospel-aline-barros-tera-musica-na-trilha-de-novela-duas-caras.html](http://www.gospelmais.com.br/noticias/2381/cantora-gospel-aline-barros-tera-musica-na-trilha-de-novela-duas-caras.html). Acesso em 16 mar. 2008.

exclusividade em todos os seus shows e gravações. As ministrações de Aline passarão a contar com a alta qualidade dos produtos da marca”. A seguir, o periódico relaciona os modelos da Shure usados pela cantora.

A partir dos casos do grupo Os Arrebatados e de Aline Barros, apenas dois exemplos de sucesso entre tantos outros que poderiam ser mencionados (cf. *sites* como *supergospel*, *gospelmais*, ou os periódicos *Igreja* e *Backstage*), é possível observar que em conjunto com a linguagem coloquial presente no anúncio e na letra da canção (como as canções de Os Arrebatados), há uma adoção do modelo contemporâneo de publicidade dirigida aos jovens consumidores de música e aos músicos consumidores de equipamentos (tais equipamentos, lembre-se, são necessários aos músicos).

Um dos fatores que marcam o crescimento da indústria fonográfica *gospel* no Brasil é a adoção de quase todo tipo de gênero musical: das lentas baladas ao dançante forró, do *rap* ao pagode, todos os estilos musicais servem às novas demandas de louvor e adoração religiosa dos fiéis e às estratégias de expansão de mercado por parte dos empresários do ramo fonográfico neopentecostal.

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

O estudo da canção não pode privilegiar apenas sua constituição de letra e melodia. Seu âmbito de performance deve receber atenção em se tratando de item fundamental para a realização efetiva do formato canção. “Performance” não deve, aqui, ser tomada em seu correspondente comum de “interpretação” ou “execução”. O conceito de performance que empregamos abrange o gestual, a

entoação vocal, enfim, a interação comunicativa entre emissor, texto e receptor (ZUMTHOR, 1997, pp. 33-34).

*“Pra receber essa unção você tem que tá ligado (uh, uh)”  
“Sai, sai, sai da minha frente, que a força que eu tenho é do Senhor da vida / Sai, sai, sai da minha frente / E quem não sair eu vou passar por cima”  
“Eu tô legal, tô no maior astral”  
“vamo seguir os passos de Jesus aí”*

Os trechos acima fazem parte de músicas do evento *gospel* conhecido como “louvadeira”, espécie de atividade de louvor com canções no estilo da axé-music. No endereço eletrônico<sup>5</sup> que hospeda as canções somos informados de que “qualquer semelhança com [a banda] Chiclete com Banana, ou outros grupos de musica baiana é mera coincidência, mas para Deus tudo é possível (...) feita com o intuito de louvar, adorar e pregar o evangelho; assim como todo ritmo, devemos dançar com sabedoria e reverência para Jesus, só Ele é digno de todo o louvor e adoração”.

A dupla Rayssa & Ravel, que faz o estilo sertanejo (mais para Bruno & Marrone do que para Almir Sater), já recebeu o disco de ouro pelo CD *Além do nosso olhar*, lançado em 2004. Após esta produção, a dupla lançou o CD *Apaixinando você*, cujas melodias e letras são apresentadas em baladas românticas e conteúdo lírico-poético passional. Há faixas que reproduzem gêneros musicais como o tango, o bolero e a música árabe. Comentários de usuários de *sites* gospel acrescentam que a marca sertaneja da dupla vem “abençoando a vida de casais e apaixonados” e reconhecem que algumas faixas, como a canção “Amar Você”, se assemelham aos padrões de melodia e arranjo da “canção secular internacional”.<sup>6</sup>

Na abertura do DVD *Alegria*, gravado ao vivo, o pastor e cantor André Valadão avisa o público que é hora de “tirar o pé do chão”, emulando as palavras de ordem dos cantores seculares dos trios elétricos. Os estilos musicais alternam canções lentas e evocativas de momentos de comunhão, tocadas ao teclado ou violão e que contam com a participação de Ana Paula Valadão (irmã de André) e da cantora Nívea Soares, com o pop/rock cheio de *riffs* de guitarra, refrões que emulam o rock mais “pesado” e movimentação ágil do cantor e de alguns

<sup>5</sup>Disponível em: [www.buscamp3.com.br/artists\\_profile\\_musicbr.asp?id=7544](http://www.buscamp3.com.br/artists_profile_musicbr.asp?id=7544). Acesso em 14 abr. 2008.

<sup>6</sup>Disponível em [www.supergospel.com.br/analise\\_rayssa-ravel-apaixonando-voce\\_276.htm](http://www.supergospel.com.br/analise_rayssa-ravel-apaixonando-voce_276.htm). Acesso em 20 jul. 2008.

instrumentistas pelo palco. Nos extras do DVD, o pastor André Valadão apresenta uma propaganda da *Amém*, sua grife de roupas com visual e estampas de frases evangélicas.

Das tendências musicais globalizadas ou supranacionais, o rock obteve maior aceitação nas igrejas neopentecostais brasileiras (não sem provocar acirradas polêmicas) em meados dos anos 1980, com as precursoras bandas Rebanhão, Katsbarnéa e Oficina G3. Vinte anos depois, o número de grupos de rock e suas variações *pop* e *metal* continua a crescer: Catedral, Novo Som, Fruto Sagrado, Skymetal, Resgate, Virtud, Livre Arbítrio, Metal Nobre.

Há espaço também para estilos como o *rap* e o *hip hop* de artistas *gospel* como DJ Alpiste, Lito Atalaia, Mano Reco, Ton Carfi & Jessé, Pregador Luo e das bandas Apocalipse 16 e Ao Cubo; o *funk* de Adriano Gospel Funk e de Cláudia Mel; e o *reggae* de Nengo Vieira e de bandas como Primicia Roots e Raízes do Heloiá. Festas, *raves* e baladas *gospel* passam a contar com a participação de DJ Roni Rap, DJ Marcelo Araújo, MC Law e MC Rodrigo Maneiro.

No CD *Entre o desespero e a esperança*, do trio Ao Cubo, a faixa “Choque” aborda os escândalos políticos brasileiros e a música “Na Missão” é um desabafo em relação às críticas que o grupo diz ter recebido pelo CD anterior (*Respire Fundo*). Há, também, canções sobre as mães solteiras (“Cinderela”), sobre o cotidiano de criminalidade (“Seqüestro”), sobre a dependência química (“Vai se Analisar”), em que, além do *groove* característico do estilo *hip hop*, as letras expressam o jargão e o estilo de rimas que marcam o gênero (“*tudo vai passar, mas vê se não embaça / Só a Palavra fica, o resto é fumaça*”, trecho da faixa “Fumaça”).

No DVD *Acústico*, o DJ Alpiste comanda um show *gospel* (ou “ministração”) de *rap* e *hip hop*. O cantor está caracterizado com o traje habitual do aficionado da cultura *hip hop*: boné, bermudões e camisetas bem acima do número do usuário (às vezes, são camisetas de times de basquete norte-americano), pulseiras e colares, óculos escuros. O crucifixo usado pelo *rapper* não pode mais ser contado como adereço *gospel*, haja vista sua apropriação não-eclesiástica por cantores seculares, como Madonna. A performance gestual e vocal segue o padrão do *rap* secular, com coreografia característica e frases verbalizadas com velocidade.

A diferença entre sacro e secular estaria nas mensagens de teor cristão e na finalidade de conversão e conscientização religiosas. Isto pode ser observado em faixas como “Depois do Casamento”, que retrata na forma do canto falado do *rap* um diálogo em que uma garota resiste aos avanços de intimidade do namorado, objetando que prefere deixar a relação sexual para depois do casamento devido ao seu compromisso com os preceitos bíblicos.

Como se pode notar, a cena do *hip-hop* gospel no Brasil apresenta visual “descolado” e prédicas em linguagem coloquial, mas as orientações têm contornos tradicionais quanto à carência familiar, sexualidade e drogas. Dessa forma, embora os estilos musicais estejam tradicionalmente associados pelos evangélicos à apologia de valores anti-cristãos, no universo *gospel* os mesmos estilos (*rap*, *rock*, *funk*, pagode) não desafiam os valores evangélicos predominantes. Antes, os afirmam.

### **O gospel e a sacralização do pop**

A música *gospel*, assinalada pelo binômio evangelização-entretenimento, é uma ferramenta de proselitismo empregada por diversas denominações neopentecostais para alcançar tanto grandes multidões em megaeventos quanto menores redutos como as tribos urbanas de surfistas, roqueiros e aficionados da cultura *hip-hop* e ainda artistas da música popular.

De Nelson Ned a Mara Maravilha, de Baby do Brasil a Sula Miranda, de Chris Durán a Rodolfo Abrantes (ex-integrante da banda Raimundos), os artistas convertidos às igrejas neopentecostais têm em comum um passado de sucesso como artistas seculares e o fato de seguirem praticando os estilos musicais que os consagraram fora do mundo religioso. Mais uma vez, a diferença estaria nas letras que passaram a abordar temas da vida cristã. Sula Miranda e Marcelo Aguiar continuam na trilha das baladas românticas sertanejas; o samba e o pagode ainda é o estilo musical de Salgadinho (ex-Katinguelê) e Waguinho.

Rodolfo Abrantes é um caso de artista secular que se converteu ao cristianismo. Apesar da substituição dos temas cantados, seu primeiro projeto pós-conversão – a banda Rodox – dava continuidade ao *hard rock* dos tempos em que era vocalista da banda Raimundos. Em 2007, lançou o CD *Santidade ao Senhor*, pela gravadora Bola Music, braço fonográfico da Igreja Bola de Neve.

Embora o rock seja a principal referência estilística, a performance *hardcore* está notadamente suavizada nesse trabalho,

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

Se a reprodução de estilos musicais *pop* ouvida no repertório dos músicos neopentecostais está em avançado processo de consolidação, há ainda autores que observam a ocorrência de um desequilíbrio na fronteira cada vez mais tênue entre o sagrado e o secular, como Dorneles (2002, p. 142), que considera que

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

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

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

Entretanto, os cantores gospel não se consideram artistas, mas “ministros” ou “adoradores” (CUNHA, 2007, pp. 108-109), o que contribui para a sacralização tanto da função que exercem como da música que adotam nos cultos e shows. O surgimento dos “Ministérios de Louvor”, grupos que realizam grandes apresentações em que o estilo musical reúne animadas canções e lentas baladas de letras curtas e repetitivas, está na base da consolidação do louvor congregacional - atividade em que o público é estimulado a cantar junto com os “ministradores” dos momentos de louvor.

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

Um sinal de sacralização de canções e de músicos-ministros pode ser resumida no endereço eletrônico ([trazendoarca.com.br](http://trazendoarca.com.br)) que divulga o novo CD do Ministério Trazendo a Arca, no qual haveria “composições inspiradas pelo Espírito Santo de Deus e de autoria do Ministério Trazendo a Arca, com diversidade e riqueza musical, tendo um arranjo de cordas muito bem elaborado e uma unção inconfundível”.

A música de Ana Paula Valadão, líder do Ministério de Louvor Diante do Trono, expressa os formatos de evangelização neopentecostal. A revista *Eclésia* assim define a atuação da cantora e pastora:

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

As canções gospel são reveladoras dos conteúdos teológicos do neopentecostalismo, em que a *guerra espiritual*, a *cura* e os *fenômenos extáticos* são marcos significativos (o êxtase glossolálico e as práticas de



exorcismo têm sido gradativamente abandonados pelas igrejas neopentecostais mais recentes, como a Renascer em Cristo ou a Bola de Neve).

Provérbio X e Apocalipse 16 cantam o *rap* “Nova Pátria”, cuja letra aborda a Guerra Espiritual: “*Nova pátria, sente a fúria / Eu bato forte se não cair bato mais forte / aí, demônio vai precisar de sorte / queimo o demônio por esporte (...) você vai entender quando o fogo descer, quando o anjo furioso fizer a guerra santa, quando a espada de Miguel atravessar sua garganta*”.

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

A mídia *gospel*, por meio de programas de rádio e TV, revistas e internet, concede amplo espaço de divulgação às produções musicais. O programa *Conexão Gospel*, da gravadora MK Publicitá, já esteve na grade programação das redes TV! e CNT, e hoje sua transmissão está hospedada no *site* da gravadora. Com apresentação de Marina de Oliveira (cantora e filha do deputado Arolde de Oliveira, proprietário do grupo MK), o programa mimetiza o VideoShow, da Rede Globo, ao entrevistar os artistas *gospel* em suas residências, revelar datas de aniversários, divulgar suas agendas e eventos como shows e também batismos e casamentos (como o da própria Marina de Oliveira, exibido também no *site* [tvgospeltube.com.br](http://tvgospeltube.com.br)).

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

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

"Uma noite de adoração, de *cura, milagres*, salvação, celebração ao nosso Deus. Assim será a noite da gravação do DVD *Caminho de Milagres* no dia 7 de junho, no Maracanãzinho (RJ). *Garanta já o seu ingresso*, pois *vai ser* uma noite *abençoada*" (grifos nossos). Assim era o convite da cantora e pastora Aline Barros para o show de gravação do DVD pela MK Music. O modelo garota-propaganda estaria também "a serviço do evangelho", pois, ainda no site oficial da cantora (*alinebarros.com.br*), faz-se referência ao "visual descontraído e jovial da loja Triton [que] vestiu Aline Barros no Show que abençoou o povo da cidade de Rio Claro em São Paulo".

As revistas *Eclésia*, *Enfoque Gospel* e *Igreja* dedicam seções exclusivas à música *gospel* e destinam espaço publicitário para produtos e eventos relacionados à CDs, shows, livros temáticos e oferta de conferências e cursos sobre "louvor e adoração". As páginas virtuais das gravadoras, dos grupos musicais e de aficionados do *gospel*, são indicadoras do uso da internet como plataforma de *marketing* da canção neopentecostal. Há *sites* de cartões evangélicos, de *download* de canções e oferecimento de cifras e *videoclips* das músicas, comentários e reflexões sobre as atividades litúrgico-musicais, endereços eletrônicos de relacionamento com parceiros evangélicos, informações e notícias sobre o mundo *gospel* e eclesiástico e oferta e comercialização de produtos e acessórios.

Segundo Cunha (2007, p. 118), a explosão da renovação litúrgico-musical está acompanhada da configuração do espetáculo *gospel* em programa de lazer e da reserva de espaços para entretenimentos dançantes como a "balada *gospel*", organizada para que o público jovem evangélico não participe das festas dançantes seculares, embora a música ambiente nem sempre esteja distanciada dos modelos *pop* (diferenciada apenas pela letra de caráter religioso) e a cenografia do local, com globos espelhados, luzes coloridas e pouca iluminação, possa lembrar lugares menos "santificados".

As características do *gospel* até aqui evidenciadas nos levam a traçar algumas observações que sugerem que este movimento de renovação musical e religiosa parece enfatizar o papel da canção popular de massa como:

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

- fator de legitimação para o discurso da identidade nacional. Jaci Maraschin<sup>7</sup>, que nos anos 1970 era ligado ao movimento da Teologia da Libertação, afirma que “precisamos mostrar a sacralidade maravilhosa do violão, dos tambores, dos pandeiros. Experimentar a beleza do nosso samba, da nossa marcha-rancho, do nosso xaxado” (1996, p. 136);

- fator de busca do êxtase emocionalista e da catarse: “é que na adoração tudo é válido: lágrimas, suspiros, gritos, cânticos e até o riso”; “nós precisamos descarregar a energia emocional (...) para entrar na presença de Deus” (CORNWALL, 1995, pp. 101 e 264).

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

### **Considerações finais**

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

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

A evidência de uma cultura gospel reforça a existência de interação entre os padrões de comportamento propagados pela cultura das mídias e as novas

---

<sup>7</sup>Nos anos 70, Jaci Maraschin era ligado à Teologia da Libertação e ao movimento da MPB de caráter religioso, cujas canções enfatizavam os gêneros musicais populares brasileiros na adoração protestante.

condutas verificadas na religiosidade contemporânea, na qual a música tem participação significativa. No entorno da produção dessas canções, está uma notável indústria fonográfica divulgadora de uma mensagem cristã que tem rompido com tradições e dogmas caros ao protestantismo, o que também expressa uma bem-sucedida interação neopentecostal com a dinâmica da cultura pop.

### **Currículo do autor**

Joêzer Mendonça é mestrando no programa de pós-graduação em Musicologia no IA/UNESP com projeto de pesquisa sobre a música *gospel* brasileira. É graduado em Educação Artística-Hab. Música pela Universidade Estadual do Pará (1995). Foi professor colaborador no departamento de Artes da Universidade Federal do Maranhão (2005/2006). É editor do *Nota na Pauta* (notanapauta.blogspot.com), *blog* em que escreve sobre música, mídia e religião. Tem atuado na área de educação musical (história da música popular e piano), com trabalhos em regência coral e composição.

### **Referências bibliográficas**

- ALMEIDA, Ronaldo de. A expansão pentecostal: circulação e flexibilidade. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. p. 111-122.
- BENEDETTI, L.R. 2006. Religião: trânsito ou indiferenciação. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. p.123-134.
- BERGER, Peter. A Dessecularização do Mundo: uma visão global. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro: abr. 2001. v. 21, nº 01, pp. 09-39.
- BITTENCOURT FILHO, José. *Matriz religiosa brasileira: religiosidade e mudança social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BORN, Daniel. Secular Steeples: Popular Culture and the Religious Imagination. In: *The Christian Century*, v. 120, n. 24. 29 nov. 2003. p. 35+.
- CAMPOS, Leonildo. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
- CARRANZA, Brenda. Movimentos do catolicismo brasileiro: cultura, mídia, instituição. Universidade Estadual de Campinas (Tese de doutorado em Ciências Sociais). Campinas, SP: 2005.
- \_\_\_\_\_. “Católicos midiáticos”. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006, pp. 69-88.
- CAZÉ, Wladimir. *A música pop do ponto de vista sociológico*. IN: Textos de cultura e comunicação. Número 37/38, Departamento de Comunicação do

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, Salvador, dezembro de 1997.

CORNWALL, Judson. *Adoração como Jesus ensinou*. Venda Nova, MG: Betânia, 1995.

CUNHA, Magali. As igrejas e o uso do rádio e da televisão: a formação de uma nova cultura religiosa. In: BEOZZO, José Oscar. (Org.). *Comunicações, ética e cidadania*. São Paulo: Paulus, 2005, pp. 89-114.

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

CUSIC, Don. *The sound of light: a history of gospel music*. Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1990.

DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DERRIDA, Jacques. As duas fontes da “religião” nos limites da simples razão. In: VATTIMO, G. & DERRIDA, J. (org.). *A religião: o seminário de Capri*. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.

DOLGHIE, Jacqueline. *Por uma sociologia da produção e reprodução musical do presbiterianismo brasileiro: a tendência gospel e sua influência no culto*. Universidade Metodista de São Paulo (Tese de Doutorado em Ciências da Religião) São Bernardo do Campo, 2007.

DORNELES, Wanderley. *Transe Místico: o fator de aproximação entre culto primitivo, pós-modernismo e pentecostalismo*. 1 ed. Engenheiro Coelho, SP: Imprensa Universitária Adventista, 2002.

EVANGÉLICOS customizados. *Galileu*, fevereiro 2008, pp. 47-50.

FRITH, Simon. *Performing Rites: on the value of popular music*. Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press, 1998.

HOWARD, Jay.; STRECK, John. The Splintered Art World of Contemporary Christian Music. *Popular Music*, v. 15, n. 01, Jan. 1996, pp. 37-53.

JACOB, César Romero et al. *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil*. Rio de Janeiro/São Paulo/Brasília: PUC-Rio/Loyola/CNBB, 2003, p. 216-217.

JACKSON, Joyce M. The changing nature of gospel music: s southern case study. *African American Review*, vol. 29, 1995. Disponível em [www.questia.com.br](http://www.questia.com.br). Acesso em 17 jun. 2007.

JANOTTI JR., Jeder Silveira. *Música Popular ou Música Pop? Trajetórias e Caminhos da Música na Cultura Mediática*. In: Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 2005, Salvador. Anais V Enlepicc, 2005a. v.1.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense, 1987.

MARASCHIN, Jaci. *A beleza da santidade: ensaios de liturgia*. São Paulo: Aste, 1996.

- MARIANO, Ricardo. Neopentecostais: sociologia de um novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 1999.
- MARIANO, Ricardo. Expansão pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal. *Estudos Avançados*. 2004, vol. 18, no. 52, pp. 121-138. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103)>.
- MENDONÇA, Antônio Gouvêa. Evangélicos e pentecostais: um campo religioso em ebulição. In: TEIXEIRA, F & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. p. 89-110.
- ORO, Ari; CORTEN, André; DOZON, Jean-Pierre (org.). *Igreja Universal do Reino de Deus: os novos conquistadores da fé*. São Paulo: Paulinas, 2003.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização: saberes e crenças*. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- PARSITAU, Damaris. “Then sings my soul”: gospel music as popular culture in the spiritual lives of Kenyan pentecostal/charismatic christians. *Journal of Religion and Popular Culture*. Spring 2006. Disponível em <http://www.usask.ca/relst/jrpc>. Acesso em 10 out. 2007.
- SANTAELLA, Lúcia. *A cultura das mídias*. São Paulo: Ed. Experimento, 1996.
- SHUKER, Roy. *Vocabulário de música pop*. São Paulo: Hedra, 1999.
- UMA onda de adoração. *Eclésia*, São Paulo, n. 78, jun. 2002, pp. 48-57.
- VALENTE, Heloísa. *As vozes da canção na mídia*. São Paulo: Via Lettera, 2003.
- VELASQUES, Prócoro. Protestantismo no Brasil: da teologia à liturgia. In: MENDONÇA; VELASQUES. *Introdução ao protestantismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1990.