

## INTRODUÇÃO

Com o crescente desenvolvimento da indústria fonográfica, incorporação da técnica, segmentação da produção e do público consumidor, a produção musical se relaciona com diferentes gêneros, que possuem linguagens, conteúdos, configurações plásticas, lógicas de produção/distribuição/consumo específicos.

Estas expressões têm sido apropriadas pelas igrejas evangélicas brasileiras. A incorporação da lógica mercadológica possibilitou o surgimento de uma indústria fonográfica específica, com aspectos de produção, distribuição e consumo semelhantes ao da indústria fonográfica em geral, mas com espaços de circulação e público definidos, que se restringem, sobretudo, ao meio evangélico.

Gospel é como se chama a música proveniente desse contexto, que se caracteriza pela junção de características dos gêneros musicais com conteúdos e práticas religiosas. Assim, os produtos musicais, além de apresentar aspectos artísticos e de entretenimento, têm como objetivo a evangelização, a reafirmação da identidade religiosa e a produção de efeitos que vão além daqueles pretendidos pelo campo da indústria fonográfica, pois dizem respeito ao âmbito espiritual.

O trabalho aqui se propõe a analisar esse assunto e se constitui como resultado de estudos relacionados a disciplinas do curso de Comunicação Social, tais como *Teorias da Comunicação*, que apresenta modelos de análise acerca da Comunicação Social e seu desenvolvimento dentro das sociedades; *Comunicação e Tecnologia*, que contribuiu para a compreensão sobre o desenvolvimento tecnológico e seus reflexos nos modos de produção/circulação/consumo de produtos culturais e *Comunicação e Cultura Contemporâneas*, que trouxe reflexões acerca dos campos sociais e as dinâmicas que exercem na sociedade.

Além disso, as leituras e reflexões acerca do campo da música massiva dentro do Grupo de Pesquisa em Mídia & Música Massiva foram de grande importância para a compreensão sobre a indústria fonográfica e as dinâmicas do campo. Foi possível entender as relações entre aspectos materiais e simbólicos dos produtos musicais, a dinâmica entre lógicas mercadológicas e estratégias de autonomia, e a interação entre as formas de produção, circulação e apropriação das produções pelos diferentes grupos de consumo.

Os conhecimentos adquiridos na Faculdade de Comunicação somaram-se ao consumo, à interação com os produtos provenientes da indústria gospel e ao convívio dentro do campo religioso, essas foram as causas que desencadearam nesse trabalho monográfico.

Visto que este fenômeno tem alcançado visibilidade na sociedade contemporânea, sobretudo no que diz respeito à utilização dos meios de comunicação de massa, os estudos e os resultados das análises aqui encontrados visam compreender como se dão as dinâmicas de um nicho cultural específico, que atrela as ferramentas de comunicação social presentes na sociedade como um todo e as aplica em uma realidade particular. Desta forma, ao identificar a apropriação dos meios de comunicação de massa e as transformações na produção musical evangélica, pode-se afirmar que esta monografia apresenta uma importância para os estudos de Comunicação e Cultura e para o campo do Jornalismo.

Busca-se aqui relacionar a indústria gospel com os conceitos estudados, a fim de entender os mecanismos de funcionamento desta indústria que se estabelece na tensão entre o campo religioso e o da música massiva. O presente trabalho se propõe a observar se os agentes da indústria gospel são inseridos no mercado apenas a serviço do campo religioso com função de evangelização, atração de fiéis e afirmação de uma identidade religiosa, ou suas ações estão relacionados com a busca por um espaço dentro do mercado da música em geral, visto que no meio evangélico há um público definido e espaços determinados para a difusão e execução das produções.

Este trabalho de conclusão de curso divide-se em três partes. A primeira refere-se à descrição da indústria fonográfica gospel e análise teórico-metodológica deste contexto. Neste capítulo, busca-se a compreensão do campo religioso e sua utilização da música, o desenvolvimento da indústria fonográfica, suas especificidades dentro do contexto evangélico e sua relação com o campo da música massiva.

Na segunda parte, tem-se um breve estudo da trajetória e de três produções da banda Cathedral, que é um exemplo prático das tensões entre o campo religioso e o da música massiva. O objetivo desse capítulo é identificar formas de adequação deste grupo musical aos dois campos, e diferenciar algumas estratégias discursivas na busca pela circulação nestes espaços. Na conclusão, há algumas reflexões acerca da consolidação do campo da música massiva e sua relação tensiva com a indústria fonográfica gospel.

## 1. A IGREJA E SUAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

Desde os primórdios das igrejas cristãs, a comunicação exerce um papel fundamental, sobretudo no que diz respeito à evangelização, que pode assumir configurações diversas, de acordo com a época e o público a que se destina.

O interesse pelo aumento do número de fiéis é evidente nos diversos modelos de igrejas cristãs, tanto nas igrejas católicas, como nas protestantes. Entre os exemplos, podemos destacar a catequização pela igreja católica dos índios brasileiros; a invenção das técnicas de prensa pelo luterano Gutemberg, com o propósito de popularizar os livros religiosos na época do Renascimento<sup>1</sup>; a utilização de meios de comunicação pelas diferentes denominações religiosas.

Atualmente, a utilização dos meios de comunicação perpassa pelos diversos campos sociais, como o político, econômico, cultural e religioso. A audiência coincide com a grande maioria dos membros da sociedade, desta forma, os media se constituem no espaço em que os assuntos se tornam públicos e podem ser discutidos pelos cidadãos. Micael Herschmann destaca a importância da alta visibilidade para o sucesso das instituições sociais na cultura midiática:

(...) 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<sup>2</sup>.

Com a consolidação da indústria cultural, as igrejas passaram a se apropriar de grande parte das suas estratégias de produção e circulação, a fim de permanecer diante das transformações e criar produtos direcionados a um público específico, que se identifica com a ideologia religiosa. A lógica mercadológica foi absorvida nesse contexto, causando uma tensão entre a dimensão religiosa e a dimensão econômica.

A indústria fonográfica evangélica, conhecida como gospel, é certamente uma das maiores representações do fenômeno de utilização das lógicas comunicacionais dentro do ambiente religioso. No Brasil, ela tem se consolidado nas últimas duas décadas, apresentando certa complexidade e grande potencial econômico. Utilizando dados da

---

<sup>1</sup> MCQUAIL, 2003, p.41.

<sup>2</sup> HERSCHMANN, 2007, p.78.

Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) disponibilizados em 2006, Micael Herschmann mostra uma tabela evidenciando os gêneros musicais mais consumidos no Brasil<sup>3</sup>:

Gênero	Total (%)
Pop / rock	34%
Country / Sertanejo	13%
<b>Gospel</b>	<b>13%</b>
Pagode / Samba	11%
Música regional / Forró	10%
MPB	8%
Axé Music	4%
Música infantil	2%
Música Clássica	2%
Outros	2%

Segundo essa tabela, a produção musical gospel se encontra entre as três entre as mais consumidas no país. Surgiram empresas de grande porte, com eficientes estratégias empresariais, que investem em produtos musicais com qualidade semelhante ao que acontece na indústria de música massiva.

Uma característica muito importante nesta indústria é o processo de produção, divulgação, e distribuição estarem interligados e relacionados a um mesmo grupo. Ou seja, na maioria das vezes, os complexos comunicacionais são responsáveis pela gravação dos CDs, DVDs, produção de videoclipes, jornais, revistas, transmissão na televisão, portais na Internet, realização de shows, além de alguns ainda obterem emissoras de rádio e até lojas especializadas de vendas dos produtos fabricados.

## **2. O DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA NO BRASIL**

A indústria fonográfica gospel no Brasil acompanha e se assemelha ao que acontece com a grande indústria de música. Para entendê-la, torna-se necessário observar desenvolvimento dos processos de produção musical brasileira.

---

<sup>3</sup> HERSCHMANN, 2007, p.142.

O desenvolvimento da indústria cultural ocorrido no século passado trouxe profundas transformações nas formas de produção, circulação e consumo dos bens culturais. Segundo Márcia Tosta Dias, a indústria cultural herdou a produção em série, a padronização, a repetição, a pseudo-individuação<sup>4</sup>. Esse fenômeno influenciou profundamente as mais diversas manifestações culturais, será destacada aqui a produção musical apresentada na indústria fonográfica brasileira.

A possibilidade de reprodução de composição musical foi o que deu origem à música de massa. Dias aponta a partitura e o piano como os primeiros reprodutores de música, visto que este instrumento estava presente na maioria das casas de classe média pertencentes à sociedade europeia do século XIX e já havia partituras de música clássica e popular, como religiosas, patrióticas, baladas sentimentais, canções cômicas. No entanto, a partitura era limitada para a difusão musical, pois demanda a mediação por um instrumento ou máquina musical e o conhecimento técnico específico para viabilizar a reprodução musical.

Com o advento da indústria fonográfica, o consumo da música não mais se limita à execução em que o músico e o consumidor (ouvinte) estão em contato direto, sendo o músico o compositor ou um intérprete que executa música por meio de partituras. A técnica foi incorporada nos processos de produção e reprodução musicais, influenciando a forma e o conteúdo dos produtos. A execução soma-se aos processos de gravação/reprodução, que dizem respeito aos “timbres eletrônicos ou acústicos, a ambivalência de sons graves e agudos, a reverberação e a sensação de extensão sonora”<sup>5</sup>.

Os produtos musicais apresentam a lógica mercadológica, concentrando, ao mesmo tempo, as dimensões material e artística. A inovação tecnológica possibilitou que a música passasse a ser armazenada em dispositivos que podem ser apropriados e utilizados por uma quantidade cada vez maior de consumidores.

O aparecimento do fonógrafo e do gramofone e de seus respectivos softwares, os cilindros e discos e, posteriormente, do toca-discos e da inclusão da tecnologia digital na indústria fonográfica possibilitou a gravação e reprodução em grande quantidade e a crescente popularização da produção e consumo musicais. Segundo Tatiane Lima:

A efetiva popularização da música num espectro mais amplo de ouvintes independentemente de um encontro presencial entre executores e consumidores, coincidiu com a diversificação tecnológica relacionada à

---

<sup>4</sup> DIAS, 2000, p. 26-27

<sup>5</sup> JANOTTI JR., 2006, p.5

captação, fonofixação, amplificação, reprodução e circulação midiática da música<sup>6</sup>.

Para que essa popularização fosse possível, tornou-se necessário que se estabelecesse a duração e o formato das expressões musicais. Márcia Tosta Dias afirma que, a partir dos anos 50, com o processo de internacionalização da produção e circulação indústria fonográfica, houve um processo de padronização. Esta pode ser percebida na instituição universal da canção de 3 minutos nos discos de variedades e entretenimento<sup>7</sup>.

Sobre a forma da canção e sua adaptação à técnica, Luis Tatit afirma:

Ao se transformar em canção, a oralidade sofre inversão do foco de incidência: as entoações tendem a se estabilizar em “formas musicais”, na medida em que se instituem células rítmicas, curvas melódicas recorrentes, acentos regulares e toda sorte de recursos que asseguram a definição sonora da obra; a letra, por sua vez, liberta-se consideravelmente das coerções gramaticais responsáveis pela inteligibilidade de nossa comunicação diária e também se estabiliza em suas progressões fônicas por meio de ressonâncias aliterantes<sup>8</sup>.

Analisando os aspectos da canção, Jeder Janotti Jr. destaca a importância da facilidade da sua apropriação pelos ouvintes. Isso pode ser visto nos aspectos intrínsecos à canção, através do refrão, elemento que se repete várias vezes na música, com o objetivo de possibilitar a memorização e participação (“cantar junto”) do receptor.

Além disso, a circulação dentro do contexto midiático também interfere nos modos de audição da canção, através da sua repetição constante, tanto nos hardwares, com suas teclas *repeat*, como na sua utilização em programações de rádios e TVs especializadas em videoclipes<sup>9</sup>. O produto musical oriundo dessa indústria traz consigo características que estão diretamente relacionadas com os aspectos de produção, circulação e consumo nos meios de comunicação de massa. Ao analisar a produção da indústria fonográfica, Janotti Jr. denomina a música referente a esse contexto como música popular massiva:

Em termos midiáticos, pode-se relacionar a configuração da música popular massiva ao desenvolvimento dos aparelhos de reprodução e gravação musical, o que envolve as lógicas mercadológicas da indústria fonográfica, os suportes de circulação das canções e os diferentes modos da execução e audição relacionados a essa estrutura<sup>10</sup>.

---

<sup>6</sup> LIMA, 2007, p.21.

<sup>7</sup> DIAS, 2000, p. 37

<sup>8</sup> TATIT, 2004, p. 42

<sup>9</sup> JANOTTI JR, 2006, p. 4

<sup>10</sup> Ibid., 2006, p. 2

A indústria de música popular massiva entrou em expansão no Brasil a partir dos anos 70 do século passado. Ao analisar o seu desenvolvimento, Dias aponta para uma tendência de concentração na produção musical brasileira, o mercado era amplo e as empresas que investiam eram poucas. Estas eram, em sua maioria, transnacionais, que com a internacionalização e padronização da produção implantaram sucursais no Brasil, o que viabilizou a intensificação da produção local.

As grandes corporações, denominadas majors, eram responsáveis pelos processos de concepção e planejamento do produto; gravação em estúdio; mixagem; preparação da fita master; confecção da matriz; prensagem / fabricação; controle de qualidade; capa / embalagem; distribuição e difusão<sup>11</sup>. Além disso, o processo de circulação se dava a partir de redes entre as diversas mídias, isto é, televisão, cinema, rádio, impressos.

Entretanto, as majors não davam conta de toda a diversidade musical existente no Brasil. Com o desenvolvimento do aparato técnico de produção musical e a diminuição dos seus custos, tornou-se possível o surgimento de novos agentes na indústria fonográfica, como produtores e artistas independentes, que utilizam formas alternativas para viabilizar suas produções, além da inserção no mercado de pequenas empresas especializadas na produção e gravação de discos, as indies. Nesse momento, artistas que não estavam inseridos no cast de grandes empresas tinham outra alternativa para viabilizar o seu trabalho.

As empresas independentes apresentam dificuldades, pois não dispõem de estrutura para viabilizar a circulação pelos diversos espaços midiáticos, o que limita muito a visibilidade dos produtos musicais. É preciso, então, desenvolver estratégias para sobreviver em um mercado regido pelas regras das grandes empresas.

Analisando o panorama das indies, Herschmann observa que a comunicação não se resume mais aos meios de comunicação tradicionais, a utilização da internet e de outras mídias alternativas criaram possibilidades para as pequenas empresas.

Apesar de não possuir capital econômico, as indies dispõem de alto capital sociocultural, os produtos provenientes delas têm como diferencial menor submissão às regras do mercado e mais espaço para a criatividade. Assim, ao invés de um posicionamento antagônico, as indies possuem uma relação de complementariedade com as majors. Nelas, há maior liberdade de experimentação e, conseqüentemente, de diversificação dos produtos musicais, o que as torna uma fonte para as grandes empresas.

---

<sup>11</sup> DIAS, 2000, p. 65

É importante salientar que os aspectos técnicos e a circulação no ambiente midiático não esgotam as possibilidades de análise da música popular massiva. Para entendê-la de forma mais ampla, é preciso compreender como se dá o processo de apropriação e interação com os receptores.

Janotti Jr. destaca a importância do conceito de gênero para compreender os processos de valoração dos produtos culturais por diferentes grupos de consumo. Os gêneros se caracterizam pela interação entre os aspectos do campo de produção e as estratégias de leitura presentes no campo midiático. O sentido e o valor da música se dão no encontro entre a música e o ouvinte, levando-se em consideração os seus elementos semióticos, assim como os aspectos históricos e contextuais nas instâncias da recepção.

O processo de identificação entre os consumidores e os rótulos musicais indica quem são os ouvintes para os quais determinados tipos de música são direcionados, além de apontar as possibilidades de significação de produtos musicais para o público. A rotulação pressupõe certo modo de partilhar a experiência e o conhecimento musical.

Os gêneros não são independentes, mas se consolidam na relação que possuem entre si. O posicionamento de uma gravadora, músico, crítico ou fã pressupõe aspectos de demarcações territoriais, haverá sempre uma relação de negação ou desqualificação de outros gêneros<sup>12</sup>.

A indústria fonográfica evangélica, ao incorporar a lógica mercadológica dos meios de comunicação de massa, tornou-se semelhante à indústria da música massiva. Desta forma, os conceitos aqui apresentados ajudaram a entender a sua produção musical, bem como seus processos de apropriação dos gêneros da indústria popular massiva e as formas de interação entre os consumidores deste nicho musical.

### **3. A MÚSICA EVANGÉLICA NOS ESTADOS UNIDOS: O**

#### **SURGIMENTO DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA GOSPEL**

A música era utilizada pelos escravos negros da região sul dos Estados Unidos para expressar a sua realidade e expandir idéias de liberdade. Com o tempo, eles foram

---

<sup>12</sup> JANOTTI JR., 2005.



libertados e passaram a freqüentar templos religiosos em todo o país. A partir do século XIX, adaptaram o spiritual como parte do renascimento do protestantismo<sup>13</sup>.

O termo gospel foi inventado por Thomas Dorsey, compositor e maestro de coro, nascido em 1899. Resulta da junção de duas palavras inglesas, *God* e *spell*, e pode ser traduzido como “palavra de Deus”.

Inicialmente, na década de 1920, gospel se tratava de um gênero musical em que havia um solista acompanhado por um coro e um grupo instrumental. Neste contexto, surgiram cantores que se destacaram no meio secular e iniciaram sua carreira dentro das igrejas. Alguns exemplos são *Ray Charles*, *Aretha Franklin*, entre outros.

Aos poucos, o gospel foi influenciando a música negra de todo o território norte-americano, como o jazz, ragtime, blues e o rhytm'n'blues contemporâneo. Os cantores utilizavam melodias gospel com letras seculares, ou adaptavam suas melodias, dando origem a outros gêneros, como o *soul*.

O gospel também foi influenciado, isso se evidencia na performance dos quartetos surgidos após a Segunda Guerra Mundial, com seu estilo extravagante de dançar, cantar e se vestir. Astros do rock dos anos 50, como *Elvis Presley*, parecem ter se inspirado nesses grupos musicais<sup>14</sup>.

A partir dos anos 60, houve uma transformação muito importante no contexto da música evangélica norte-americana, outros gêneros como reggae, rock, pop, funk foram incorporados. Assim, gospel se transformou num gênero específico de um grupo maior, denominado *Christian Music*<sup>15</sup>, que se caracteriza por uma temática, referente à justiça social, evangelização, defesa pela paz, negação às drogas. Esse fenômeno aconteceu primeiramente nos Estados Unidos, mas se expandiu por todo o mundo, com o desenvolvimento da indústria musical evangélica em diversos países.

Com a expansão da indústria fonográfica gospel e as estratégias de exportação de produtos musicais, alguns artistas americanos alcançaram visibilidade internacional. No rock, destacam-se bandas como *Petra*, *Bride*, *Audio Adrenaline*, entre outras. O pop dispõe de bandas como *DC Talk*, *News Boys*, *Out of Eden*, *Jars of Clay*, além de cantores como *Michael W. Smith*, *Amy Grant*, *Sand Patty*, *Jaci Velasquez*. O reggae tem como uma de suas principais revelações a banda *Christafari*. Os grandes corais com influência negra

---

<sup>13</sup> SHUKER, Roy, 1999.

<sup>14</sup> Informações disponíveis em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Gospel> Acessado em: 03/09/2007

<sup>15</sup> Informações disponíveis em: [http://www.brazilianweekly.com/artman/publish/article\\_3.shtml](http://www.brazilianweekly.com/artman/publish/article_3.shtml) Acessado em 04/11/2007

foram conhecidos através de maestros e compositores como *Kirk Franklin* e *Ron Kenoly*. Há ainda grupos que utilizam harmonia de vozes, como *Take Six*, *Katinas*, *Capella*, entre outros.

Ao estudar o fenômeno da música evangélica em Portugal, Ruy Llera Blanes constatou:

Esta música cristã “moderna” resulta do cruzamento de processos múltiplos, desenvolvidos essencialmente no século XX (com maior acento na segunda metade), e é devedora da história e cultura dos universos religiosos e espirituais onde ela se insere, assim como da própria história da música popular ocidental e mundial.

Em primeiro lugar, em termos sonoros, constitui-se como herdeira de uma tradição folk estado-unidense com raízes nas igrejas protestantes rurais do sul, de ordem batista e metodista: os spirituals, mais tarde conhecidos como gospel, tão estreitamente relacionados com o blues e o jazz que então fermentavam no sul-estado-unidense, mas que evoluíram para formatos diversos, desde as ensembles corais dos movimentos afro-americanos (Spencer, 1990) às canções a capella das igrejas batistas da Carolina do Norte (Patterson, 1995). Neste contexto, uma das principais e decisivas características que marcam a prática musical no universo pentecostal é precisamente a sua vocação “camaleônica”, adotando configurações sonoras resultadas de intercâmbios sonoros abertos com diferentes contextos musicais e culturais onde o culto religioso se implanta.

Nesta linha, é a partir dos anos 60 quando se começa a difundir a noção de um pop ou rock cristão, reflexo da opção tomada por vários músicos crentes pela incorporação de formatos rítmicos (compassos quaternários, etc.), harmônicos (escala maior, cadências típicas, etc.) e instrumentais (guitarra elétrica, bateria, etc.) característicos desse(s) gêneros (s) nas canções das igrejas<sup>16</sup>.

A apropriação dos diversos gêneros pela música evangélica possibilitou-lhe grande destaque no mercado fonográfico. Seu desenvolvimento se deu de tal forma, que há produção de grandes eventos e shows, além de haver diversos programas de rádio e televisão que divulgam esse tipo de música. A música evangélica passou a ser contemplada em revistas como a *Billboard*, especializada no gênero *World Music* e tem participação no *Grammy*, a maior premiação da indústria musical.

Além disso, o próprio cenário evangélico apresenta estratégias de valoração de suas produções, reproduzindo formatos já consolidados na indústria da música massiva. É o caso de eventos que premiam artistas cristãos, sendo o *Dove Awards* o que indica os melhores cantores do mundo, de acordo com os gêneros musicais.

---

<sup>16</sup> BLANES, 2004, p. 7, 8

A *Christian Music* também se relaciona com a grande indústria cultural. Um exemplo disso é a inserção da música *Happy Day*, de Edward Hawkins, no filme “Mudança de Hábito II” e da música *Kiss Me*, interpretada pela banda Sixpence None the Richer, que foi trilha sonora do filme “Ela é demais”. Alguns artistas já interpretaram personagens em filmes, como é o caso da participação da cantora Jaci Velasquez em *Chasing Papi*, no Brasil denominado “Confusões Amorosas”.

## **4. HISTÓRICO SOBRE A INDÚSTRIA GOSPEL NO BRASIL**

### **4.1. UM BREVE APANHADO ACERCA DO MEIO EVANGÉLICO BRASILEIRO**

O cenário evangélico é bastante heterogêneo. Para os que não fazem parte deste contexto, pode parecer que todos defendem as mesmas idéias e possuem um comportamento padrão, independente da igreja a que pertence. Entretanto, há semelhanças e diferenças entre os hábitos das diversas igrejas que compõem o meio evangélico em geral.

As semelhanças dizem respeito às doutrinas, que são idéias gerais encontradas na Bíblia, consideradas imutáveis, e que estão presentes nos diversos templos evangélicos. As diferenças são chamadas de costumes, que podem mudar com o tempo e são formas de comportamento que os membros de cada instituição adotam. Por exemplo: todas as igrejas evangélicas defendem a existência de um Deus e Jesus Cristo como o Seu único filho (doutrina); mas há igrejas em que as mulheres não podem usar calça e outras em que isso é permitido (costumes).

Em relação à música, as diferenças se acentuam, pois os usos que se faz dela estão diretamente ligados com os costumes de cada congregação. Nesta seção, serão apontadas posições de diferentes igrejas no que diz respeito à música e sua utilização dentro dos cultos, além da apropriação pelos fiéis.

#### **4.1.1. AS IGREJAS MAIS ANTIGAS E O USO DA MÚSICA**

Considerando as igrejas evangélicas de maior representação, é possível classificá-las em três tipos: tradicionais, pentecostais e neopentecostais. As tradicionais são as

chamadas históricas, que se originaram da Reforma Protestante<sup>17</sup>. São elas: Igreja Luterana, Igreja Presbiteriana, Igreja Anglicana, Igreja Batista e Igreja Metodista.

As pentecostais surgiram nos Estados Unidos entre 1906 e 1910. Diferem-se das tradicionais no que diz respeito à performance dos cultos, com práticas de exorcismos, além de assumir outros costumes. Entre elas, destacam-se: Assembléia de Deus, Congregação Cristã do Brasil, Igreja do Evangelho Quadrangular e O Brasil para Cristo.

A música sempre teve um papel muito importante dentro do contexto evangélico. Ela faz parte dos rituais dos cultos, como formas de adoração, exaltação a Deus e elevação espiritual. Além disso, várias canções possuem composições que dizem respeito a experiências humanas, o que contribui para a identificação e grande aceitação dos religiosos.

Inicialmente, esses grupos caracterizavam-se pelo uso das músicas sacras de melodia lenta, com grande apelo à adoração, reverência e à ordem no culto. Nelas, pode-se destacar a presença de corais e intenso uso do piano ou violão como instrumento de acompanhamento dos cânticos congregacionais.

Os cânticos congregacionais são aqueles em que os membros das igrejas cantam juntos, quase sempre uníssonos, nos cultos. Para isso, as igrejas utilizam uma espécie de relação de músicas, semelhante a uma pequena enciclopédia musical, como o *Hinário Cristão*, o *Cantor Cristão* e *Harpa Cristã*. Grande parte das canções presentes nestas listas é originada de igrejas protestantes em outros países, que foram traduzidas para o português.

O uso de alguns instrumentos era proibido nestes locais, como bateria e guitarra. Usá-los nos cultos significava cometer pecado, pois as músicas dedicadas a Deus deveriam ser suaves, de reflexão, que “trouxessem paz ao coração”. A alusão à figura de Deus como um ser superior não permitia o uso de instrumentos e estilos musicais impuros.

Neste contexto, não havia qualquer possibilidade de, junto com as músicas, os evangélicos dançarem ou baterem palmas. Dançar significava “dar lugar à carne e não ao espírito”, ou seja, ao dançar, a pessoa se distrai, utiliza o corpo, e perde a concentração nos rituais religiosos.

---

<sup>17</sup> Informação disponível em: [http://www.brazilianweekly.com/artman/publish/article\\_3.shtml](http://www.brazilianweekly.com/artman/publish/article_3.shtml)  
Acessado em 04/11/2007

Os músicos possuíam a função de intermediadores que levam a mensagem divina às pessoas, não era permitido qualquer assédio ou excesso de exaltação ao seu talento. Aplausos, assobios, ou outras manifestações de aprovação do público não deveriam ser expressas. Esta prática se constituía em transformar o músico em ídolo, como no meio secular e, segundo as regras da igreja, isso não seria possível, desta forma o cantor seria comparado à figura mítica de Deus. Qualquer comportamento que fugisse do padrão era considerado por estas instituições como ligados a uma influência maligna.

Entretanto, como as igrejas evangélicas estão inseridas na sociedade, e precisaram se manter com o tempo, elas começaram a absorver mudanças, mesmo que em pequenas proporções. Aos poucos, a bateria e os instrumentos elétricos foram incorporados aos grupos, formando bandas musicais; surgiram composições de autores locais, com utilização de outros estilos, como pop, sertanejo, jovem guarda, românticas, sendo que não podiam ser relacionados com a rebeldia ou revolução, como rock ou reggae.

## 4.2. SURGIMENTO DA INDÚSTRIA MUSICAL EVANGÉLICA BRASILEIRA

### 4.2.1. AS PRIMEIRAS GRAVADORAS

Apesar da grande resistência aos novos estilos, o meio evangélico se apropriou rapidamente das mudanças tecnológicas que aconteciam relacionadas ao mercado fonográfico. Já em 1947, foi gravado o primeiro disco evangélico de 78 rotações, pelo cantor Luiz de Carvalho<sup>18</sup>.

Semelhantemente ao que acontecia no mercado da música em geral, a indústria evangélica de discos entrou em expansão nos anos 60 e continuou em crescimento até o início dos anos 90<sup>19</sup>. Neste contexto, surgiram gravadoras especializadas em música evangélica. Um aspecto interessante é que havia uma grande quantidade dessas empresas, sobretudo nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, mas também em outros locais, como Bahia e Paraná.

De acordo com os discos a que se teve acesso, foram pontuadas algumas gravadoras. Entre as mais importantes, destacam-se: *Califórnia* (SP), *Louvres do Coração*

---

<sup>18</sup> Eclésia, ed. 111, p. 36.

<sup>19</sup> A partir dos anos 90, o CD passou a ser comercializado no Brasil, o que contribuiu com a diminuição da venda de LPs e crescimento da venda de toca-discos laser juntamente com os CDs (DIAS, 2000, p. 107 a 109).

(SP), *Bompastor* (SP), *Som e Louvores* (SP/ RJ / RS). Houve ainda outras de menor representatividade no mercado, como *Som Evangélico* (SP), *Rocha Eterna* (RJ), *Estrela da Manhã* (PR), *Bandeira Branca* (RJ), *Doce Harmonia* (RJ), *Junta de Educação Religiosa e Publicações, Juerp*, (RJ), *Estrela de Belém* (SP), Gradiem (BA)<sup>20</sup>.

Apesar de não haver uma forte segmentação no mercado evangélico, devido a pouca diversidade de estilos, já existiam LPs de música instrumental, infantis, corais, além dos já citados acima.

Além das gravadoras evangélicas destacadas, havia LPs produzidos por gravadoras da indústria em geral. Este é o caso, por exemplo, do disco *Tens*, de Ozéias de Paula, produzido em 1983, pela Ariola<sup>21</sup> e do disco de música instrumental *Os mais belos hinos do Cantor Cristão*, produzido pela gravadora Copacabana, em 1973.

Apesar da intensa produção de discos, a distribuição era muito limitada, restrita ao meio evangélico. As lojas de venda normalmente eram as livrarias evangélicas, que vendiam não apenas LPs, mas também livros, bíblias, e diversos artigos evangélicos. Outra forma bastante comum de venda de discos era através do próprio cantor que levava os seus produtos nos locais em que se apresentavam e assim comercializavam.

Nesse momento, não havia shows evangélicos, esse posicionamento é correspondente à visão de músico como intermediador e não como ídolo. Não era admissível que as pessoas dessem dinheiro a um evento de música, muito menos que se pagasse cachê. Dessa forma, as apresentações se restringiam aos cultos e congressos das igrejas, que viabilizavam a ida dos cantores, podiam até dar uma ajuda de custo, mas seu lucro era resultado da venda dos discos.

Os meios de comunicação mais importantes eram o rádio e impressos. As estações de rádio normalmente situavam-se entre as AM's com programações locais, que tocavam os sucessos da época<sup>22</sup>. Além disso, algumas igrejas já produziam jornais, como é o caso do *Mensageiros da Paz*, produzido pela igreja Assembléia de Deus.

---

<sup>20</sup> Foram encontradas muitas outras gravadoras, mas que aparentavam não ter uma estrutura de grande empresa, com estratégias de distribuição muito limitadas.

<sup>21</sup> Informação disponível em: <http://www.dicionariompb.com.br> Acessado em 01/09/2007

<sup>22</sup> Em Salvador, entre as rádios que possuíam programação evangélica, podem-se destacar a Rádio Clube e Rádio Cruzeiro.

### 4.3. AS IGREJAS NEOPENTECOSTAIS E A UTILIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

A partir do final dos anos 70, surgiram no meio evangélico as igrejas chamadas neopentecostais. As principais delas são: Igreja Universal do Reino de Deus (1977); Igreja Internacional da Graça de Deus (1980); Igreja Renascer em Cristo (1986); Igreja Sara Nossa Terra (1994)<sup>23</sup>; Igreja Bola de Neve (1994)<sup>24</sup>.

Essas novas igrejas possuem costumes mais flexíveis, apropriaram-se das lógicas dos meios de comunicação e utilizam os diversos estilos de música, com grande apelo aos jovens. Seu discurso é imediatista, não se relaciona apenas com assuntos sobre a vida eterna depois da morte, mas também com a vida terrestre, como a busca pela resolução de dificuldades, problemas familiares, crises financeiras, entre outros.

Nestes locais, existe um apelo muito grande aos jovens e para isso, buscam retirar a rigidez dos costumes das igrejas mais antigas e renovar com um discurso mais leve. É muito comum ouvir por membros destas igrejas que “eles têm liberdade” e por isso todos os estilos musicais podem fazer parte dos rituais religiosos.

A música não é vista somente como um ato de adoração, mas esta pode se unir ao fator entretenimento. Desta forma, gêneros musicais como rock, reggae, hip-hop, pagode podem ser inseridos no ambiente das igrejas, sem que estes apresentem qualquer problema.

Segundo Janotti Jr., “toda expressão musical dentro da cultura popular massiva indica modos específicos de participação corporal diante da música”<sup>25</sup>. Assim, a utilização de outras sonoridades acarretou também na corporificação correspondente a esses estilos musicais. As igrejas neopentecostais consideram que a dança não mais se constitui numa prática pagã, o corpo passa a ser também uma ferramenta de comunhão com o sagrado.

O novo modelo de igreja sofreu grande resistência das outras já existentes, porém seu discurso pareceu mais sedutor, o que pode ser demonstrado com o aumento do número de fiéis. Um dos aspectos mais importantes para o crescimento dessas igrejas foi, sem dúvida, a compreensão e utilização de estratégias da cultura dos meios de comunicação de massa. Segundo Eduardo Refkalefsky, Karla Patriota e Maria Rocha:

---

<sup>23</sup> Informações disponíveis em: <http://paginas.terra.com.br/educacao/histigreja/sec20principal.htm> Acessado em 01/09/2007

<sup>24</sup> Informação disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja\\_Bola\\_de\\_Neve](http://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja_Bola_de_Neve) Acessado em 01/08/2007

<sup>25</sup> JANOTTI JR., 2006, p.31-48.

Vemos as novas instituições religiosas e algumas instituições tradicionais estarem subordinadas às lógicas midiáticas, substituindo os antigos dispositivos de mediação e fornecendo, elas mesmas, os modelos identitários de religiosidade para a audiência tornar como referência<sup>26</sup>.

Assim, junto com a disseminação de templos, vemos um crescimento de programas de TV, rádio, impressos, informações na internet, aumento de produtos evangélicos no mercado, entre outros.

#### 4.4. APROPRIAÇÃO DO TERMO GOSPEL PELA INDÚSTRIA DE MÚSICA EVANGÉLICA NO BRASIL

A apropriação do termo gospel se deu a partir dos anos 80, através da gravadora *Gospel Records*, pertencente à Igreja Renascer em Cristo. O presidente dessa igreja, Estevam Hernandez Filho, patenteou o termo, tendo todos os direitos sobre a marca gospel em todo o Brasil<sup>27</sup>.

A nova forma de denominar a música evangélica no Brasil reflete o conhecimento dos agentes da indústria religiosa sobre a importância das rotulações nas indústrias culturais. A palavra foi utilizada não apenas para classificar a música proveniente das igrejas, mas também para indicar um segmento musical específico, que utiliza estratégias de comunicação e pretende ser visto como um segmento da indústria fonográfica em geral.

Diferente do que aconteceu nos Estados Unidos, aqui gospel diz respeito à produção musical, que pode ser de qualquer gênero, mas apresenta uma temática religiosa, a nomenclatura corresponde ao *Christian Music* nos EUA. Atualmente, essa terminologia não se relaciona apenas ao contexto das igrejas evangélicas, mas também se relaciona com a Igreja Católica. Um exemplo de sua apropriação é a gravação de músicas de sucesso pelo Padre Marcelo Rossi.

A incorporação dos diversos gêneros musicais e das lógicas comunicacionais e de mercado trouxe grandes transformações para o meio evangélico. O antigo isolamento das igrejas diante da sociedade deu lugar à busca pela consolidação de uma identidade religiosa que consegue se desenvolver dentro do contexto midiático. Além das mudanças na produção, as formas de circulação e a interação entre o público consumidor com os

---

<sup>26</sup> REFKALEFSKY, PATRIOTA, ROCHA, 2006, p. 5

<sup>27</sup> Informações disponíveis em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Gospel> Acessado em: 03/09/2007



produtos e os intérpretes deste segmento musical mudaram profundamente. Ao analisar os gêneros midáticos, Janotti Jr. afirma:

Traçar a rotulação de uma canção ou de um álbum envolve localizar estratégias de convenções sonoras (o que se ouve), convenções de performance (o que se vê, que corpo é configurado no processo auditivo), convenções de mercado (como a música popular massiva é embalada) e convenções de sociabilidade (quais valores são incorporados e excorporados em determinadas expressões musicais)<sup>28</sup>.

Desta forma, as apresentações musicais ultrapassaram os limites das igrejas, há agora produção de shows; os músicos não são apenas cantores de música religiosa, mas são considerados artistas, com pagamento de cachês; há uma incorporação por parte dos artistas e público da performance dos diversos gêneros musicais. Pode-se encontrar artistas masculinos com cabelos longos, pintados ou com cortes transados, tatuados, com brincos, sem camisa, utilizando *piercings*. Além disso, canta-se, toca-se e dança-se de forma bastante semelhante ao que acontece nos shows fora do ambiente evangélico.

A circulação não mais se restringe ao ambiente religioso. A distribuição e comercialização dos produtos evangélicos saíram dos limites das lojas especializadas em artigos evangélicos, tornando-se seção de prateleiras de supermercados e lojas em geral.

O desenvolvimento da música gospel se deu de forma avançada, passando a fazer parte de quase totalidade das igrejas evangélicas do Brasil. Algumas delas passaram a ter estrutura de auditórios para que nelas fossem realizados cultos e shows, além de realizar eventos dos mais variados.

#### 4.4.1. A IMPORTÂNCIA DO ROCK NA PRODUÇÃO GOSPEL BRASILEIRA

O rock se constituiu em um gênero muito importante na produção fonográfica brasileira, os dois principais fatores que possibilitaram sua inserção e expansão na indústria fonográfica foram a sua função de agregar grupamentos juvenis e o seu potencial econômico. Apesar de já ser consumido por grupos jovens e produzido de forma independente dos media, somente nos anos 80 ele foi absorvido pelas gravadoras. Esse era um período em que a indústria fonográfica passava por crises econômicas e o rock contribuiu para a sua revitalização. Segundo Dias, a consolidação desse gênero musical no

---

<sup>28</sup> JANOTTI JR., 2005, p. 65.

Brasil se deu a partir da mundialização da cultura, que também abrangeu a produção fonográfica, e possibilitou sua chegada e expansão no Brasil<sup>29</sup>.

Outro fator importante para o grande investimento no rock pelas gravadoras foi a grande viabilidade de sua produção, pois é mais barata do que os gêneros produzidos anteriormente, como a bossa nova, que precisava de maestro, arranjador, músicos, acompanhantes, tornando-se necessário um grande desprendimento de recursos financeiros, materiais e humanos. As bandas de rock eram formadas por poucos músicos (de três a cinco), sendo eles mesmos os próprios autores, e não recebiam cachê pra tocar em estúdio<sup>30</sup>.

No meio evangélico, o rock assumiu grande importância, pois foram utilizadas as suas potencialidades com o fim de expandir a indústria gospel e aumentar a influência das instituições religiosas na sociedade. Assim, esse gênero representou para o meio evangélico o aumento das possibilidades de evangelização, devido ao seu caráter de sedução dos jovens, intensificação da produção musical fruto do seu assentamento mercadológico e se constituiu um modelo para a apropriação de outros gêneros dentro do contexto religioso.

O rock já influenciava alguns cantores desde os anos 70, como *Jorge Araújo* (a partir de 1975), *Luiz Artur* (1976), grupo *Embaixadores de São* (1977), entre outros. Entretanto, era um rock baseado nos anos 60, com características da Jovem Guarda<sup>31</sup>.

Nos anos 80 surgiram as primeiras bandas de rock evangélicas, destacando-se a banda *Rebanhão*, que obteve grande sucesso, fazendo muitos shows pelo Brasil, inclusive em casas de shows importantes, como O Canecão, no Rio de Janeiro<sup>32</sup>. No final dos anos 80, surgiram outras bandas que tiveram grande importância no cenário de rock gospel, como *Katsbarneia* (1988), *Catedral* (1988) e *Oficina G3* (1987).

Os anos 90 foram determinantes para o rock gospel nacional. Surgiram várias outras bandas, realização de shows diversos, criação de festivais de música evangélica com grande participação do rock. Era um momento de efervescência, de grande adesão pelos jovens, além do maior investimento das gravadoras evangélicas neste tipo de música.

---

<sup>29</sup> DIAS, 2000, p. 82. Luiz Tatit também comenta sobre a importância do rock na indústria nacional e destaca a sua relação com os grupamentos juvenis. Segundo ele, “proliferavam-se pelas grandes capitais os chamados grupos de rock em busca da dicção jovem perdida nos anos anteriores” (TATIT, 2004, p. 61).

<sup>30</sup> Informações disponíveis em uma citação de Pena Schimidt presente no livro de Márcia Tosta Dias (DIAS, 2000, p. 85).

<sup>31</sup> Informação disponível em: [http://www.arquivogospel.com.br/textos\\_v.asp?cod\\_texto=21](http://www.arquivogospel.com.br/textos_v.asp?cod_texto=21) Acessado em 08/09/2007

<sup>32</sup> Informação disponível em: <http://rebanhao.v10.com.br/> Acessado em 08/09/2007

Os anos 2000 foram de consolidação para o gênero, com formação de bandas por diversas partes do país, há um certo diálogo entre música gospel e secular, mesmo que ainda em pequenas proporções, o público assume abertamente a identidade de roqueiros e há uma maior aceitação no meio evangélico pela produção desse gênero. Além disso, há uma diversidade de subgêneros do rock, como white metal, pop rock, punk rock, entre outros.

A transformação da música evangélica se dá em grande parte pela incorporação do rock, pois foram criados grandes festivais e shows que alcançavam grandes públicos. Pode-se considerar que uma das principais razões para que o rock alcançasse tanto sucesso dentro do meio evangélico é que, ao invés de haver uma linguagem específica dentro das igrejas que se difere daquela utilizada no exterior delas, os roqueiros pretendem alcançar os que estão de fora cantando e tocando aquilo que eles gostam de ouvir.

Essa visão acerca da utilização de estilos musicais considerados impuros como estratégia de atração de pessoas para consumir música evangélica proporcionou o surgimento de artistas de outros estilos de música antes não aceitos no meio evangélico. É o caso, por exemplo, da apropriação do reggae, hip-hop, rap, pagode, funk, forró, entre outros.

#### 4.4.2. A DIVERSIDADE DE GÊNEROS MUSICAIS NO MEIO EVANGÉLICO

Atualmente, o cenário evangélico possui uma grande variedade de artistas, de diferentes gêneros, sendo que grande parte deles têm se caracterizado pelo profissionalismo e qualidade musical.

É importante salientar que a apropriação dos diversos gêneros implica também no estabelecimento de interações entre as instâncias que fazem parte da indústria, como gravadoras, músicos, críticos e fãs. Nesse sentido, Janotti Jr. destaca o papel da performance, que se manifesta desde o processo codificações de gêneros até às especificidades da execução musical. Segundo ele, a idéia de performance engloba:

- 1) o reconhecimento das expressões musicais de gênero, 2) a emergência de uma tensão entre os traços genéricos e a configuração desses traços em uma canção específica e 3) a implicação de um corpo como estratégia textual inscrita nos aspectos rítmicos da canção<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> JANOTTI JR., 2005, p. 64.

Em outro artigo, o autor aponta para relação entre a música e a performance existente numa canção. Há um compartilhamento de regras formais e ritualizações por produtores, músicos e audiência, o que direciona certas experiências frente aos gêneros musicais. Assim, a audiência de determinado gênero não consome somente as sonoridades, mas também a performance virtual inscrita nos gêneros.

Há uma grande diversidade de gêneros no meio evangélico, abrangendo até aqueles que, de modo geral, não são considerados apropriados para o ambiente religioso, como o funk, forró ou música eletrônica. Entretanto, apesar de apresentar uma variedade de rótulos e suas respectivas performances, vale ressaltar que o ambiente religioso possui ideologias e práticas peculiares e isso interfere na utilização da música dentro do seu contexto. Assim, não é admissível, por exemplo, o uso de maconha em shows de reggae. Abaixo, serão destacados os gêneros de maior visibilidade na indústria fonográfica evangélica.

No rock, destacam-se as bandas: *Catedral, Resgate, Oficina G3, Katsbarnea, Virtud, Militantes, Khorus, Metal Nobre*, entre outras. Essas são as mais populares, com maior aceitação pelo público. Há ainda bandas de white metal, menos divulgados, como *Alfa, Antidemon, Rodox*, que teve como vocalista Rodolfo, ex-Raimundos<sup>34</sup>.

No hip-hop, destacam-se *DJ Alpiste, Quarteto Feeling, Apocalipse 16, Pregador Luo, Templo Soul*. Suas músicas têm conteúdo, além de mensagens religiosas, denúncia social, a realidade das favelas, violência e falta de oportunidade da população pobre do país.

Apesar de ter importância dentro da produção musical gospel, os artistas de reggae não possuem muita visibilidade. Entre os artistas, destaca-se *Nengo Vieira* e a sua banda *Tribos d'Abraão*. Há também produção de soul music, semelhante ao que se produz nos Estados Unidos: corais, e artistas que utilizam improvisos. Destacam-se *Raiz Coral, Robson Nascimento, Soraya Moraes, Robinson Monteiro, Kades Singers, Marcelo Nascimento, Michele Nascimento, Sergio Saas, Leonardo Gonçalves*, entre outros.

O pop<sup>35</sup> também tem grande notoriedade dentro do meio Gospel. Cantores como *Pâmela, Aline Barros, Mara Maravilha, Melissa, Cristina Mel, Jamily, Banda Novo Som, Kleber Lucas*, banda *Quatro por Um, Praise Machine, Davi Fantazine, Fernanda Brum*,

---

<sup>34</sup> Informação disponível em [http://www.arquivogospel.com.br/textos\\_v.asp?cod\\_texto=21](http://www.arquivogospel.com.br/textos_v.asp?cod_texto=21)  
Acessado em 10/09/2007

<sup>35</sup> Neste trabalho, pop se relaciona com o gênero de músicas que fazem parte do mainstream, de origem anglo-saxônica, que valoriza a figura do cantor e a melodia.

*Jota Neto, Elshyla* possuem fãs em todo o Brasil com suas músicas dançantes e românticas. Entre os cantores de música sertaneja, pode-se destacar *Marcelo Aguiar, Raíssa e Ravel, Os Peregrinos, Wellington Camargo*.

Há gêneros que não possuem visibilidade em âmbito nacional, mas são conhecidos localmente, de acordo com a produção musical desses lugares. Por exemplo, na Bahia, bandas de pagode e forró têm boa aceitação, destacando-se as bandas *Átrios do Rei* e *Shalom* respectivamente. Outro estilo musical muito aceito aqui é aquele que utiliza muitos tambores, com características negras, a maior representação é a banda *Tambores Ungidos*. No Rio de Janeiro, há produção de *funk*, destacando-se *Adriano Gospel Funk* e *Kelly Krente*.

Além desses gêneros, a música de andamento lento, com vocalizações mais suavizadas, que correspondem às antigas musicalidades do meio evangélico, também sofreu modificações. Surgiram grupos pertencentes a igrejas específicas, que realizam gravações ao vivo e alcançaram grande visibilidade, fazendo shows em todo o país, com produções que movimentam milhões de reais. É o caso do grupo *Renascer Praise*, da Igreja Renascer em Cristo; *Diante do Trono* da Igreja Batista da Lagoinha; *Ministério Toque no Altar*, da Igreja Batista Nova Iguaçu. Há também alguns cantores que se enquadram neste estilo, como *Ludmila Ferber, Fernandinho, David Quilan, André Valadão*.

Micael Herschmann destaca que o consumo de música ao vivo é responsável pela recuperação da indústria fonográfica nos últimos anos. Segundo ele, no Brasil, o mercado de espetáculos de música ao vivo vem crescendo significativamente, com público estimado composto por 42 milhões de pessoas<sup>36</sup>. Desta forma, esses grupos acompanham as transformações ocorridas na produção da música popular massiva.

O conteúdo das músicas dos grandes grupos musicais diz respeito a problemas da vivência das pessoas, com mensagens de ânimo, coragem, força, disposição para enfrentar as dificuldades. A participação do público faz parte da música, é como se os consumidores destes produtos se identificassem com aquela multidão que canta junto com o intérprete. Essa, certamente, é uma das razões para o grande sucesso destes artistas, pois conquistaram a maioria do público de música gospel, tanto os tradicionais, quanto os mais jovens.

---

<sup>36</sup> HERSCHMANN, 2007, p. 112

Outra tendência da produção musical gospel é a transformação de grandes sucessos em músicas de pista, as canções são mixadas e tocadas em shows. Há CDs comercializados com esse estilo musical, é o caso de *Os Arrebatados - Remix*, produzido pela *MK Music*, e *Line Records na Pista - Remix*, produzido pela *Line Records*<sup>37</sup>.

É importante salientar que aquele estilo de música referente às igrejas mais antigas não se extinguiu. Na verdade, ele ainda é produzido e executado em várias igrejas, mas em menor proporção, pois as músicas inseridas nas indústrias são mais consumidas e, conseqüentemente, mais cantadas.

Os consumidores de música gospel não se limitam em ouvir e assistir as interpretações; há intensa produção de play-backs, uma espécie de karaokê, nos quais retira-se a voz do cantor e se mantém o acompanhamento instrumental. É muito comum a sua utilização nos cultos, em que os próprios membros das congregações interpretam as canções.

Outra característica interessante do meio gospel é que não há tanto antagonismo entre os gêneros musicais, como acontece com a indústria massiva. É como se o fator principal fosse a pregação da mensagem de Deus, independente do estilo. Assim, é comum haver shows com artistas de pop, rock, adoração, reggae, pagode que se apresentam no mesmo palco.

A música gospel apresenta formas de valoração peculiares que não correspondem às estratégias da indústria de música massiva, pois nesta busca-se inserir nas produções elementos que lhes confirmam autenticidade. Na indústria evangélica, o valor agregado não está em aspectos ligados à sonoridade ou valorização de culturas locais, por exemplo, mas a partir de elementos religiosos, presentes no conteúdo das letras.

Assim, o público da música gospel é fiel, pois, como a música faz parte dos rituais de culto e do cotidiano dos evangélicos, a indústria evangélica não sofre concorrência com as produções da indústria popular massiva. A grande maioria de fiéis consome música evangélica, sendo ou não em paralelo com a produção secular.

#### 4.5. PANORAMA DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA GOSPEL NO BRASIL

---

<sup>37</sup> Em Salvador, por exemplo, há espaços reservados nos eventos para a música eletrônica, uma espécie de tenda, em que DJs tocam e agitam o público, em paralelo às apresentações principais.

Podemos classificar os grupos comunicacionais do segmento gospel em três tipos: a) grande porte, que são o grupo da Igreja Universal do Reino de Deus, o grupo MK de Comunicação e o que pertence à Igreja Renascer em Cristo; b) médio porte, que são o que pertence à igreja Internacional da Graça de Deus e o pertencente à Igreja Batista da Lagoinha, em Minas Gerais; c) pequeno porte, que podem ser representados pelas produções da editora Central Gospel, da Igreja Assembléia de Deus na Penha, Rio de Janeiro. Na verdade, existem muitos outros grupos de médio e pequeno porte, serão destacados os de maior visibilidade.

a) Grupos de grande porte

O fenômeno da sinergia observado na grande indústria também está presente na indústria gospel. Os grupos de comunicação de grande porte assemelham-se às majors, pois dão conta de todo o processo da produção da música, abrangendo os aspectos da gravação, divulgação, circulação e produção de shows. Funcionam numa espécie de rede, em que cada parte do complexo atua com a função de contribuir com a política do grupo como um todo.

Assim, eles possuem uma gravadora, que tem suas produções disponibilizadas em rádio, televisão e internet. Elas podem ser vendidas através de lojas especializadas e os consumidores vão aos shows que os grupos promovem. Como apontado por Herschmann<sup>38</sup>, elas seguem as atuais estratégias da indústria fonográfica de garantir seus lucros, visto que, com as novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC's) e o aumento da pirataria, as empresas têm nos eventos mais uma fonte de renda.

É importante salientar que, apesar de se ocupar de todos os processos da indústria, esses grupos não dão conta de tudo o que ela apresenta, pois, com a utilização da lógica mercadológica pelos agentes do campo religioso, têm surgido nichos terceirizados de circulação da música, como acontece na indústria fonográfica secular.

O maior complexo de empresas relacionados à produção de música gospel refere-se à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Sobre isso, Maria Penha Rocha constatou:

No Brasil [...] pertence à igreja Universal do Reino de Deus um dos maiores conjuntos de empresas de comunicação deste país. Esse sistema, usado como estratégia para conquistar mais fiéis, abrange: uma rede de rádios tanto em AM como em FM; emissoras de TV; a maior gravadora Gospel do país; o jornal *Folha Universal* com distribuição nacional e uma

---

<sup>38</sup> HERSCHMANN, 2007, p.126

tiragem semanal de dois milhões de exemplares; o jornal mineiro *Hoje em Dia*, um portal na Internet; uma editora de livros e materiais cristãos, impressos em parque gráfico próprio e vendidos em livrarias próprias presentes em todas as capitais brasileiras. A extensão dos negócios de Edir Macedo talvez faça dele o mais poderoso empresário de comunicação social do Brasil, já que seu *holding* tem mais emissoras de TV próprias que afiliadas<sup>39</sup>.

A gravadora que pertence a esse grupo é a *Line Records*, que possui um cast formado por 34 artistas, com estilos musicais mais lentos, como pop, romântico e soul music. Por estar ligada à maior rede de rádios gospel do Brasil, a Rede Aleluia, suas produções são muito divulgadas e, conseqüentemente, consumidas em todo o meio evangélico do país<sup>40</sup>. A *Line Records* também produz música voltada para o mercado de música massiva, mas com uma produção bastante limitada. Trata-se do selo *Record Music*, que produz as trilhas sonoras das novelas da Record.

A *Rede Aleluia* possui 56 emissoras em 22 estados do Brasil, abrangendo 75% do território nacional<sup>41</sup>. Possui diferentes estilos musicais em sua programação, mas a sua maioria é referente ao que se produz na *Line Records*. Há ainda produções seculares em sua programação, principalmente antigas baladas americanas, trilhas de filmes e músicas instrumentais.

Na televisão, a IURD produz vários programas que disseminam as suas ideologias e transmitem cultos, com participação de cantores da Line Records, através da *Rede Record*. Além disso, até o início desse ano era transmitido o programa *Line Music*, em que havia entrevistas com cantores e bandas produzidos pela gravadora, apresentação de videoclipes, matérias com os artistas, propagandas de shows e produtos musicais.

Há ainda produção de eventos e shows com a finalidade de divulgar as produções da empresa da IURD. O mais importante deles é a *Caravana Line Records*, que acontece anualmente em diversas cidades do país. Sua participação na internet se dá pelo site *Arca Universal*.

O *MK Grupo de Comunicação* não está relacionado a uma igreja específica e possui a gravadora *MK Music*, a rádio *93 FM* (Rio de Janeiro), também disponível na Internet, com mais de 1 milhão de ouvintes por mês; a *MK Editora* que produz uma das

---

<sup>39</sup> PENHA ROCHA, 2006, p.8

<sup>40</sup> Informações disponíveis em: <http://www.linerecords.com.br/artistas.aspx> Acessado em 17/09/2007

<sup>41</sup> Informações disponíveis em: <http://www.redealeluia.com.br/historico.php> Acessado em 17/09/2007



maiores revistas de música evangélica, a *Enfoque Gospel*, o portal jornalístico e de conteúdo *EI/Net.com*, de música *SomGospel.com.br* e o portal de compras *mkshopping.com.br*.

A *MK Music* possui um quadro composto por 38 artistas e suas produções abrangem predominantemente músicas *pop, rock, black* e sertanejo<sup>42</sup>. Como não está relacionada a igrejas específicas e a rede de rádio de alcance nacional, as músicas são divulgadas em rádios evangélicas locais. É a única gravadora gospel que está inserida na Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD)<sup>43</sup>.

Este grupo de comunicação produz um evento que recebe o nome de acordo com o local em que acontece. Em Salvador, chama-se *Canta Salvador*. Há, também, um programa produzido pela *MK Music*, que antes era transmitido pela televisão, na Rede TV, aos domingos, e agora se encontra disponível na rede. Trata-se do *Conexão Gospel*<sup>44</sup>, que tem como objetivo divulgar produções musicais, bem como os shows que a gravadora promove, além da exibição de videoclipes, entrevistas e novidades sobre os artistas que pertencem a esta gravadora.

O *MK Grupo de Comunicação* talvez seja o que possui mais semelhanças com aqueles que pertencem à indústria fonográfica. A independência de igrejas evangélicas e a vinculação à ABPD podem conferir à *MK Music* o papel de major, o que evidencia o potencial econômico e as possibilidades da produção gospel se estabelecer na indústria cultural, mesmo com suas particularidades, relacionadas ao campo religioso.

O grupo da Igreja Renascer em Cristo abrange a gravadora *Gospel Records*, a rádio *Gospel FM*, a *Rede Gospel de Televisão* e o portal de Internet *IGospel*. Segundo Maria Celeste Mira:

O auge do fenômeno das rádios evangélicas está na Rádio Gospel, uma das maiores audiências entre as FMs de São Paulo. Juntamente com um templo, onde se realizam shows, palestras, eventos, uma gravadora, a Gospel Records, e entidades assistenciais que cuidam de idosos, menores de rua e dependentes de drogas, ela compõe o patrimônio da Fundação Renascer. Na verdade, trata-se de um circuito, em geral ligado aos jovens (na maioria evangélicos, mas também católicos), comandados pela música

---

<sup>42</sup> Informações disponíveis em: <http://www.mkmusic.com.br> Acessado em 17/09/2007

<sup>43</sup> Informações disponíveis em: [http://www.abpd.org.br/sobre\\_gravadora.asp?g=23](http://www.abpd.org.br/sobre_gravadora.asp?g=23) Acessado em 17/09/2007

<sup>44</sup> Informação disponível em: <http://www.conexaogospel.com.br/> Acessado em 16/09/2007

Gospel, cujas bandas fazem shows no templo, têm sua própria gravadora e são executadas pela rádio<sup>45</sup>.

A *Gospel Records* tem uma produção muito diversificada, variando entre música sertaneja, corais, samba, *rap*, *hip-hop*, *black music*, *rock*, *pop*, *reggae*, entre outras. Apesar de ter um número menor de artistas em seu quadro, esta gravadora é a que possui a maior variedade de gêneros no seu *cast*.

No rádio, a rede *Gospel FM* possui por uma programação bastante variada, com divulgação de artistas da gravadora do grupo, além de outros que se identificam com o perfil da rede. Caracteriza-se por uma linguagem voltada em grande parte para o público jovem, e está ligada ao movimento gospel internacional e seus festivais mais importantes.

A *Rede Gospel de Televisão* possui uma programação composta quase totalmente por conteúdo religioso, com exceção de transmissão de noticiários e horários comerciais. Seu conteúdo varia entre programas de culinária, jornalismo, videoclips, ensino religioso, além de transmissão de cultos e eventos importantes da Igreja Renascer em Cristo, sempre dando ênfase às produções da gravadora. No programa de auditório *Clip Gospel*, por exemplo, transmitido ao vivo todos os dias às 16 horas, são exibidos clips e DVDs da música gospel, além de contar com a participação de bandas e cantores da *Gospel Records* e de outras gravadoras, em menor frequência. Há ainda espaços reservados a outras igrejas, em horários alugados para estas. Alguns programas desta rede são transmitidos simultaneamente na CNT, canal fechado.

Na internet, o portal Igospel dá publicidade às produções e programações da Igreja Renascer em Cristo. Esta é certamente a igreja que mais explora a estratégia de divulgação de produções musicais através de shows e eventos. Os mais importantes deles são o *SOS da Vida* e a *Marcha para Jesus*.

O *SOS da Vida* é um evento anual, que acontece em diversas cidades brasileiras, mas sua maior representação está em São Paulo. É um evento diferente, pois possui grande duração, antes com programação dividida em três dias e atualmente com atrações por 24 horas seguidas. Conta com megaproduções e apresentações de artistas nacionais e internacionais.

A *Marcha para Jesus* é o maior evento gospel do Brasil. Acontece anualmente em várias cidades e é onde a música evangélica alcança maior visibilidade pública. Tem uma

---

<sup>45</sup> MARGEM, 1994, p.143

dinâmica semelhante à do carnaval, pois utiliza trios elétricos com uma multidão que os segue até a concentração. Entre as capitais, as mais importantes são Rio de Janeiro e São Paulo, onde acontecem os principais eventos do país, além de abarcar as gravadoras e os artistas de maior sucesso no meio evangélico. Possui um público diversificado e se caracteriza pela aglomeração de membros das mais variadas denominações evangélicas do país.

Por ser um evento de massa, e de amplitude nacional, alcançou a espaço nos diversos meios de comunicação laicos, como telejornais, jornais impressos, rádios, internet, revistas, entre outros. Em 2007, o jornal Correio da Bahia registrou:

No chão, o que se via eram coreografias em nada diferentes das comumente vistas em apresentações de pagode baiano. Sensualidade, quadris em ritmo frenético, mas, segundo os participantes, nenhuma conotação sexual. “A gente mostra que o povo cristão também sabe louvar a Deus nas ruas, sem violência”, diz a estudante Leila Bonifácio, 14 anos. Sua irmã, Léa Bonifácio, 16, diz que “a gente tem que saber dançar, tem a dança do mundo e a dança evangélica, nossa dança não tem apelação ao sexo”, afirmou, sem, conseguir explicar a semelhança entre os passos.<sup>46</sup>

Aqui, vê-se uma confusão entre os hábitos do meio evangélico e aqueles a que as igrejas se contrapõem. No entanto, mesmo se apropriando das performances de determinados gêneros musicais, é preciso que os membros do campo religioso localizem os seus elementos de distinção. Neste caso, isso é evidente no discurso que legitima as práticas dentro do campo religioso e ao mesmo tempo tenta se opor ao que lhe é externo.

#### b) Grupos de médio porte

Entre as atividades do grupo da Igreja Internacional da Graça de Deus, destacam-se uma rede de rádios *Nossa Rádio FM*, uma gravadora *Graça Music*, uma editora de livros *Graça Editorial*, um portal na internet *Ongrace.com*, além de um canal de televisão, a *Rede Internacional de Televisão (RIT)*<sup>47</sup>.

Há ainda a produção do programa de televisão *Show da Fé*, transmitido diariamente na Rede Bandeirantes, em horário nobre e reproduzido pelas manhãs do dia seguinte, o que mostra o rompimento do padrão da venda de horários alternativos para programações

---

<sup>46</sup> Matéria publicada no jornal Correio da Bahia, dia 10/06/2007. Disponível em: [http://www.correiodabahia.com.br/aquisalvador/noticia\\_impresao.asp?codigo=129982](http://www.correiodabahia.com.br/aquisalvador/noticia_impresao.asp?codigo=129982) Acessado em 17/09/2007

<sup>47</sup> Informações disponíveis em: <http://www.ongrace.com/home/> Acessado em 17/09/2007

evangélicas. Normalmente, trata-se da transmissão de cultos realizados no templo central, em São Paulo.

Pode-se observar dois aspectos aqui: o primeiro diz respeito às práticas do campo religioso, que considera alguns produtos da indústria cultural, nesse caso as novelas, como impróprios aos fiéis e a criação de uma alternativa, com afirmação da identidade cristã. O segundo mostra uma preocupação mercadológica, pois este é o horário em que há maior número de pessoas na frente da televisão, o que pode proporcionar-lhes um aumento da audiência.

A *Rede Internacional de Televisão* produz programas com conteúdo semelhante ao da *Rede Gospel*, com programas infantis, cultos, programas musicais, videoclipes, apresentações ao vivo e jornalísticos<sup>48</sup>. A cobertura da rede de rádios não dá conta de todas as regiões brasileiras, a igreja aluga horários em rádios evangélicas locais para divulgar as suas produções.

A Igreja Batista de Lagoinha expandiu os seus processos de comunicação através do grupo *Diante do Trono*, que possui ouvintes e promove shows por todo o Brasil. Suas estratégias aumentaram bastante, dando origem a uma empresa de comunicação, que se ocupa de diversas etapas da indústria musical. A gravadora *Diante do Trono* tem um cast de artistas, que produz CDs, DVDs e videoclipes; são lançados no mercado vários livros através de uma editora; há um canal fechado de televisão, a *Rede Super*, que divulga as programações da igreja e as produções do grupo. Além disso, possuem um portal na internet, o *Diantedotrono.conf*<sup>49</sup>.

### c) Grupos de pequeno porte

Os grupos de pequeno porte não têm estrutura para dar conta de todo processo de produção musical. Geralmente, também são relacionados a igrejas específicas. Em primeiro momento, pode-se afirmar que eles se assemelham às indies da indústria de música massiva, mas, se analisados a fundo, apresentam divergências no que diz respeito ao seu posicionamento diante das grandes empresas de comunicação.

---

<sup>48</sup> Informações disponíveis em:

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede\\_Internacional\\_de\\_Televis%C3%A3o](http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_Internacional_de_Televis%C3%A3o) Acessado em 18/09/2007

<sup>49</sup> Informações disponíveis em: <http://www.diantedotrono.com.br/principal/default.asp> Acessado em 04/11/2007

Enquanto no campo da música massiva as indies procuram se afirmar como espaços onde há maior autonomia e menor submissão às regras mercadológicas, se comparadas às majors, observa-se na indústria gospel a busca pelos pequenos grupos em utilizar as estratégias das grandes empresas. Ou seja, os pequenos grupos reproduzem em menor escala o que acontece nas empresas de grande porte, tanto no que diz respeito aos aspectos de produção/circulação/consumo, como aos gêneros musicais mais consumidos, suas configurações plásticas e estratégias textuais.

Um exemplo é a editora *Central Gospel*<sup>50</sup>, da Assembléia de Deus na Penha, Rio de Janeiro. Este grupo produz CDs e DVDs de pregações e cantores, ainda que em número muito limitado; edita e revende livros; produz um programa, *Vitória em Cristo*, que é transmitido todos os sábados na Rede Bandeirantes e Rede TV!. São grupos novos, se comparados com os de maior porte e se encontram em expansão.

A cultura gospel no Brasil se desenvolveu de tal forma, que ultrapassa a atuação dos complexos comunicacionais. Existem produções independentes, relacionados a igrejas menores ou até profissionais que têm o gospel como a sua área de atuação.

Na etapa de produção musical, há outras gravadoras, com menor abrangência no mercado. Um exemplo é a *Zekap Gospel*<sup>51</sup>. Normalmente, elas possuem um número reduzido de artistas e têm menores estratégias de distribuição e marketing, utilizando a internet e se valendo da programação de rádios evangélicas para a divulgação de seus trabalhos.

Outro aspecto encontrado no meio gospel é a presença de selos, ainda que muito pouco representativos. Entre eles, destacam-se *AB Records*, da cantora *Aline Barros*<sup>52</sup>; *Saas Music*, do cantor *Sérgio Saas*<sup>53</sup> e *7 Taças*, do cantor *Luo*<sup>54</sup>. Normalmente, esses selos não se assemelham aos da indústria secular, pois não estão relacionados a gêneros específicos e também reproduzem em menor escala o que acontece com as outras empresas do meio evangélico.

---

<sup>50</sup> Informações disponíveis em:

[http://www.editoracentralgospel.com.br/\\_gutenweb/\\_loja/pg\\_inicial.cfm](http://www.editoracentralgospel.com.br/_gutenweb/_loja/pg_inicial.cfm) Acessado em 17/09/2007

<sup>51</sup> Informação disponível em: <http://www.zekap.com.br/> Acessado em 13/09/2007

<sup>52</sup> Informação disponível em: <http://www.abrecords.com.br/> Acessado em 13/09/2007

<sup>53</sup> Informação disponível em: <http://www.saasmusic.com.br/> Acessado em 13/09/2007

<sup>54</sup> Informação disponível em: <http://www.7tacas.com.br/> Acessado em 13/09/2007

A utilização do rádio, um dos principais meios de comunicação utilizados pelo meio evangélico, também ultrapassa os limites das grandes empresas. Em Salvador, por exemplo, existe a *Rádio Gospel FM*, sintonizada em 105,9, que não pertence a nenhuma igreja específica, nem aos complexos comunicacionais, o que permite que sejam executadas músicas de todas as gravadoras.

Um fenômeno que vem acontecendo a partir dos anos 90 é que existem muitas rádios evangélicas piratas, as quais têm como objetivo divulgar as mensagens religiosas, mesmo de forma irregular. Segundo Sandra Sueli Garcia de Sousa, para os pastores responsáveis pelas rádios, a meta não é ganhar dinheiro e sim propagar o que eles chamam de “cultura evangélica”<sup>55</sup>.

Para a divulgação de shows ou programações especiais, além da utilização dos espaços referentes aos grupos comunicacionais, a indústria gospel se utiliza da propaganda em canais de televisão tradicionais e publicidade nas chamadas mídias alternativas, como outdoors, busdoors, panfletos, folders, faixas que são distribuídos em locais específicos nas cidades.

Na etapa da distribuição, as lojas especializadas ou os supermercados não são os únicos pontos de venda dos produtos musicais evangélicos. Algumas igrejas, como a Renascer em Cristo ou a IURD possuem pontos de vendas em suas instalações físicas, o que permite comercializar os produtos provenientes dos grupos de comunicação relacionados a estas instituições.

Esta estratégia é bastante eficiente, pois o produto é exposto nos locais onde o público-alvo se concentra e desenvolve as práticas de apropriação das músicas provenientes das grandes empresas. Ou seja, nos cultos, canta-se e se toca as canções produzidas pela indústria e, após a programação, os fiéis têm contato com os produtos, o que aumenta as suas chances de venda.

A internet também se constitui em um meio de comunicação da produção musical gospel. Na verdade, muitas pessoas e instituições religiosas, têm utilizado a rede para divulgar as idéias que defendem.

---

<sup>55</sup> SOUSA, Sandra Sueli Garcia de. **Rádios Ilegais: da legitimidade à democratização das práticas**. Disponível em: [http://www.portalgens.com.br/baixararquivos/textos/radios\\_ilegais.doc](http://www.portalgens.com.br/baixararquivos/textos/radios_ilegais.doc)  
Acessado em: 17/09/2007

Além dos sites relacionados aos grupos de comunicação, há outros especializados em cobertura de shows, downloads e venda de músicas, cifras de canções evangélicas, entrevistas, notícias do meio evangélico em geral. Destacam-se os sites *Supergospel*<sup>56</sup>, *Guia-mê*<sup>57</sup>, *GospelMusiCafê*<sup>58</sup> e *Acervo Gospel*<sup>59</sup>. Outra forma de comercialização da música evangélica na rede é a venda de músicas como ringtones, estratégia desenvolvida tanto pelas grandes, como nas médias empresas.

#### 4.5.1. A PIRATARIA NO CONTEXTO DA INDÚSTRIA GOSPEL

A produção musical gospel se encontra em sites como *Youtube*, *Cifras.com*, *Letras.terra*, *Vagalume*, entre outros. O *Orkut* também possui muitas comunidades relacionadas ao meio gospel, além de existirem inúmeros blogs onde há compartilhamento de músicas e informações acerca deste segmento musical.

A indústria fonográfica no Brasil tem enfrentado um grande problema, que é a pirataria. Sobre isso, Herschmann afirma:

A grande indústria, no entanto, apesar de toda a sua condição hegemônica, vem encontrando dificuldades de impor suas regras e normas aos consumidores, especialmente depois do desenvolvimento e popularização das NTCIs. Se circularmos na maioria das cidades do planeta, constataremos que há um tipo de “negócio”, crescentemente rentável, que traz impactos cada vez mais visíveis para a indústria: a pirataria<sup>60</sup>.

No meio evangélico, a pirataria também tem trazido preocupações para as gravadoras. Não é muito raro encontrar entre os CDs copiados postos a venda em barracas de camelôs alguns sucessos da indústria evangélica.

As medidas de combate utilizadas pelas empresas é bastante interessante, com um discurso que atrela a importância mercadológica a apelos religiosos. Em campanha contra a pirataria, a *MK Music* utilizou seus artistas para falar acerca desse assunto, no programa *Conexão Gospel*, quando ainda era transmitido na televisão. Em todas as falas, os cantores

---

<sup>56</sup> Informação disponível em: <http://www.supergospel.com.br/> Acessado em 14/09/2007

<sup>57</sup> Informação disponível em: <http://www.guiame.com.br/> Acessado em 14/09/2007

<sup>58</sup> Informação disponível em: <http://www.gospelmusiccafe.com.br/> Acessado em 14/09/2007

<sup>59</sup> Informação disponível em: <http://www.acervogospel.com/Acervo/Default.asp> Acessado em 14/09/2007

<sup>60</sup> HERSCHMANN, 2007, p. 105

diziam “Pirataria é crime e pecado”. Em outra situação, numa entrevista no seu site, a cantora *Cristina Mel* afirma: A Pirataria é crime! O Povo de Deus tem que ser diferente<sup>61</sup>.

Observa-se aqui uma relação de simetria entre crime e pecado; além de ser um crime diante das leis sociais, o evangélico também é cobrado em relação às regras consideradas divinas, se não contribuir para o ganho de lucro das gravadoras. Esse discurso é bem construído, pois se afirma que “a pessoa está abençoando a carreira de alguém quando compra CD original”. Cria-se, assim, um vínculo mais intenso entre o consumidor e o artista referente ao produto musical consumido.

Herschmann pontua como uma das alternativas utilizadas pelas empresas para combater a pirataria a tentativa de lucrar com downloads de músicas, através de sites de venda na internet, tendência também observada na indústria gospel. Um exemplo disso é a parceria feita pela gravadora *MK Music* com importantes sites de conteúdo digital do país: *iMusica*, *MusIG*, *Uol Megastore*, *Baixa hits* e *Sonorá*<sup>62</sup>, nos quais as músicas são vendidas a preço mais acessível.

#### 4.5.2. ESTRATÉGIAS DE RECONHECIMENTO E PREMIAÇÃO NO MEIO EVANGÉLICO BRASILEIRO

Já existem, no Brasil, algumas formas de valoração da produção musical gospel, a mais importante delas se dá através de premiações, o que evidencia o seu potencial mercadológico. Da mesma forma que aconteceu nos Estados Unidos, a indústria fonográfica gospel também se apropriou do formato de premiação musical referente ao campo da música massiva. Os dois principais eventos que premiam a música gospel são o Troféu talento e o Grammy Latino.

O *Troféu Talento*<sup>63</sup> é a maior premiação da música evangélica no Brasil. Acontece anualmente e até 2007 já aconteceram doze edições. Tem como objetivo premiar os artistas de música Gospel em diferentes categorias, como melhor cantor masculino, melhor banda de rock, pop, melhor videoclipe, música do ano, revelação do ano, entre outras. A

---

<sup>61</sup> Informação disponível em: [http://www.cristinamel.com.br/news/news\\_uid\\_16.html](http://www.cristinamel.com.br/news/news_uid_16.html) Acessado em 17/09/2007

<sup>62</sup> Informação disponível em: <http://www.mkmusic.com.br/ConsultaNoticia?mid=2633> Acessado em 17/09/2007

<sup>63</sup> Informação disponível em: <http://www.trofeutalento.com.br/pages/> Acessado em 17/09/2007



premiação é feita num grande evento, com cobertura da *Rede Record de Televisão* e da *Rede Aleluia*, no rádio. Apesar de possuir divulgação concentrada em um grupo de comunicação específico, há participação de artistas referentes a todas as gravadoras, com espaço também para a produção independente. Já o *Grammy Latino*<sup>64</sup>, que premia as músicas de línguas latinas, realizou a sua 8ª edição em 2007, e há quatro anos premia a música gospel de língua portuguesa, na categoria “Melhor Álbum de Música Cristã (Língua Portuguesa)”. Premiou cantoras como *Soraya Moraes (Line Records)* e *Aline Barros (MK Music)* e teve como indicados *Cristina Mel, Robson Nascimento, Robinson Monteiro, Mara Maravilha*, da *Line Records*; *Eishyla*, da *MK Music*.

Atualmente, nota-se uma preocupação no meio gospel de expandir o seu alcance para ambientes não religiosos. Na verdade, esse esforço já vem acontecendo há algum tempo, mas tem se intensificado com o tempo. Um exemplo disso é a participação de bandas religiosas em eventos da indústria de música massiva, como a apresentação da banda de *rock Oficina G3* no terceiro *Rock in Rio*, que aconteceu no Rio de Janeiro em 2001<sup>65</sup>.

Outro aspecto importante do meio gospel é a apropriação de baladas de sucesso internacionais e sua modificação para português com mensagens evangélicas. Cantores como *Talita, Melissa, Jamily, Soraya Moraes, Robinson Monteiro* são exemplos de artistas que interpretam novas versões de canções estrangeiras.

Alguns cantores parecem se espelhar em artistas da grande indústria, dando a impressão de que é intencional a comparação com eles. É o caso do cantor J. Neto, que se assemelha bastante com Roberto Carlos e da banda Catedral, idêntica à Legião Urbana.

A indústria gospel também utiliza músicas de sucesso no Brasil, mas em menores proporções. Entre elas, destacam-se a cantora *Mara Maravilha*, que gravou a música “Amor Perfeito”, sucesso na voz de *Roberto Carlos, Kim*, o vocalista da banda *Catedral*, que em CD solo produzido pela *Line Records* interpreta a música “Seamisai”, a qual se tornou conhecida por *Laura Pausini*. Este cantor, que possui um modo de cantar parecido

---

<sup>64</sup> Informação disponível em:

<http://www.univision.com/content/channel.jhtml?chid=10383&schid=11335> Acessado em 17/09/2007

<sup>65</sup> Informação disponível em:

[http://www.wgo.com.br/~juniorns/reportagens/reportagens/OficinaG3\\_RockInRio/Mais\\_novidades\\_eFotos.htm](http://www.wgo.com.br/~juniorns/reportagens/reportagens/OficinaG3_RockInRio/Mais_novidades_eFotos.htm) Acessado em 18/09/2007

com Renato Russo gravou uma música de uma cantora que também já teve a canção “Strani Amore” na voz do vocalista da Legião Urbana.

A Igreja Universal do Reino de Deus possui um canal de televisão tradicional, a Record, e utiliza suas programações para divulgar as produções da indústria religiosa. O cantor *Jota Neto (Line Music)* gravou a canção “Sorri”, que já foi interpretada por cantores como *Djavan, Jorge Aragão, Paulinho Moska e Fábio Júnior*. Esta música foi umas das trilhas sonoras da novela “Cidadão Brasileiro”, que foi transmitida na Record de março a novembro de 2006. Outro exemplo é a inserção da música “Uma chance em mim”, do mesmo cantor na novela “Essas Mulheres”.

Percebe-se ainda que a utilização de música gospel como trilha sonora de novelas não diz respeito somente a empresas pertencentes às instituições religiosas, há uma apropriação de músicas evangélicas em telenovelas, mesmo que em pequenas proporções. Um exemplo disso é a presença da música “Recomeçar” de Aline Barros (*MK Music*) na novela “Duas Caras”, da Rede Globo, que possui a temática evangélica no seu enredo. É importante salientar que essa canção foi produzida numa empresa gospel que é considerada como major e é desvinculada a igrejas específicas, o que certamente possibilitou a tramitação de uma música com conteúdo religioso na programação de uma empresa de comunicação tradicional.

Além disso, a indústria gospel tem como característica aproveitar cantores de sucesso do meio secular que se convertem ao cristianismo. É o caso do cantor *Salgadinho*, ex-Katinguelê; *Mara Maravilha, Gilson*, ex-Twister e *Chris Duran*. Há ainda uma forma de reconhecimento do talento de artistas evangélicos por revistas da indústria fonográfica, normalmente aquelas relacionadas ao aprendizado acerca manipulação de algum instrumento.

Há ainda a participação de cantores da indústria fonográfica secular no meio gospel, da mesma forma que artistas evangélicos transitam na grande indústria. Um exemplo do primeiro caso é a participação da cantora de Axé *Cláudia Leite* na gravação da música “Pensando em Você” da banda *Pimentas do Rein.o*. Na segunda situação, destaca-se a participação de *Luo* na música “Obsessão” do grupo *KLB*<sup>66</sup> e de *Matos Nascimento* na gravação de DVD do grupo de pagode *Harmonia do Samba*.

---

<sup>66</sup> Informação disponível em: <http://www.supergospel.com.br/news/noticia.php?news=575>  
Acessado em 17/09/2007

Assim, pode-se afirmar que não há um completo confinamento do campo religioso e de suas produções musicais. Na verdade, há uma incorporação das lógicas da indústria cultural, aqui representada pela indústria fonográfica, o que pressupõe também a existência de problemas referentes ao campo da música massiva, que a priori não se referem ao contexto religioso, a exemplo da pirataria. A utilização de mecanismos e dinâmicas do campo da música massiva desencadeou numa maior interação entre os dois campos, mesmo que de forma limitada, considerando as especificidades referentes a cada ambiente.

## **5. BANDA CATEDRAL: UM EXEMPLO PRÁTICO DA RELAÇÃO**

### **TENSIVA ENTRE O CAMPO RELIGIOSO E O DA MÚSICA**

#### **MASSIVA**

O desenvolvimento e consolidação das empresas evangélicas e a sua compreensão acerca das dinâmicas do campo da música massiva apresentam uma limitação característica desse contexto, que é a restrição dos espaços de circulação e direcionamento das produções a um público muito restrito, com características particulares, relacionadas às ideologias religiosas.

Para identificar algumas divergências entre os dois ambientes, será apontado aqui um exemplo prático que evidencia as fronteiras entre esses campos, e algumas estratégias necessárias para a migração do campo religioso para o da música massiva.

O grupo musical que apresenta tais características é a banda Catedral, que surgiu no meio evangélico e alcançou grande visibilidade dentro dele e posteriormente foi inserido na indústria de música massiva, sendo produzido por uma major. Serão analisados aqui as três fases da trajetória deste grupo musical, são eles: a) a restrição à indústria gospel; b) a desvinculação do meio evangélico e inserção no campo da música massiva e c) a convivência nos ambientes religioso e secular.

#### a) A restrição à indústria gospel

No período em que as primeiras bandas evangélicas utilizavam o rock como linguagem musical, Catedral foi, certamente, a mais importante, visto que alcançou visibilidade no cenário gospel em todo o Brasil desde o seu primeiro álbum, lançado em 1988. A banda é do Rio de Janeiro, formada por Kim, voz e violão; Júlio, baixo e solos e Guilherme, baterista, todos pertencentes à igreja Presbiteriana de Nilópolis, Rio de Janeiro.

A apropriação de elementos sonoros semelhantes aos da música secular e certo engajamento social e político encontrou grande resistência no meio evangélico, principalmente nos primeiros anos de Catedral, pois rompia com os padrões tradicionais de fazer música religiosa. O modelo predominante das produções musicais era referente aos rituais religiosos e apresentava pouca preocupação com os fatores externos ao campo religioso.

Além disso, nota-se nas músicas da banda Catedral uma forma mais “leve” de falar de assuntos religiosos, com pouca alusão aos costumes e padrões estabelecidos pelas instituições evangélicas. Esta deve ser a causa da fácil tramitação no ambiente religioso, independente das diferenças entre as igrejas e conquista de um público bastante significativo.

É possível apontar alguns aspectos banda Catedral que se remetem à produção musical da banda Legião Urbana. Entre eles, pode-se destacar a sonoridade, estrutura e arranjos instrumentais, assim como a voz do vocalista Kim, que é muito parecida com a de Renato Russo. Ao analisar os elementos sonoros e discursivos das músicas da banda brasileira, Danilo Fraga Dantas aponta para o estilo de canto grave e a dicção solene de Renato Russo, além da temática baseada na crítica à sociedade, na identificação e anseios da juventude<sup>67</sup>. Estes aspectos também estão presentes nas músicas da banda Catedral, e se somam à ideologia defendida pelos evangélicos.

Outra característica referente à Legião Urbana é o trânsito entre os campos da música massiva e o religioso, pois apesar de não defender qualquer ideologia religiosa, a banda trata de temas como amor, relações familiares, sofrimentos, valorização da vida, o que possibilitou a utilização das suas músicas pela Igreja Católica. Catedral, por sua vez, também transita entre os dois espaços, mas na ordem inversa: surgiu no meio religioso e saiu das fronteiras do campo para conquistar espaços na grande indústria.

A trajetória da banda começou dentro do meio gospel em 1988 e se manteve nele até o final de 1999, período em que alcançou grande sucesso, pois vendeu quase dois milhões de CDs<sup>68</sup>. Os álbuns gravados foram:

- 1- *Você*(LP) (1988) Pioneira Evangélica;
- 2- *Aos ouvidos dos sensíveis de coração*(1989) Doce harmonia / Donai;
- 3- *Catedral III*(1991) Pioneira Evangélica;
- 4- *Está consumado - volumes 1 e 2*(1993) Pioneira Evangélica;
- 5- *Contra todo o mal*(1994) MK Publicitá;
- 6- *O sentido*(1995) MK Publicitá;
- 7- *Eterno*(1996) MK Publicitá;
- 8- *Catedral en español*(1998) MK Publicitá;

---

<sup>67</sup> DANTAS, Danilo Fraga, 2007.

<sup>68</sup> Informação disponível em: <http://www.bandacatedral.com.br/> Acessado em 01/12/2007

9- *A revolução* (1998) MK Publicitá.

Entre as gravações ao vivo, destacam-se:

- 1- *Catedral 5 anos ao vivo no Canecão* (1992) Pioneira Evangélica;
- 2- *Catedral-10 anos - Ao vivo* (1997) MK Publicitá<sup>69</sup>.

Há ainda registro de outro álbum, denominado *Catedral 16 maiores sucessos*, que teve distribuição limitada e, por isso, há poucas informações disponíveis acerca dessa produção<sup>70</sup>. Em linguagem audiovisual, o *Catedral 10 anos* em VHS foi lançado em 1997 pela MK Publicitá, com 25.000 cópias vendidas. Nesse período, a banda foi premiada pelo Troféu Talento duas vezes, nos anos de 1998 e 1999, na categoria “Banda no ano”<sup>71</sup>. A quantidade de álbuns lançados, em sua maioria com intervalos de um ano, e as premiações recebidas mostram o potencial econômico e a grande visibilidade da banda no meio evangélico.

b) A desvinculação do meio religioso e inserção no campo da música massiva

No final de 1999, o grupo passou a ser produzido pela major Warner Music, deixando de fazer parte da indústria gospel e buscando atingir o público da indústria de música massiva. Desse período em diante, a banda vem tentando se consolidar como um grupo de pop rock desvinculado a alusões religiosas, mas com mensagens de amor, paz, negação às drogas.

Os CDs produzidos pela Warner foram:

- 1- *Para todo mundo* (1999) Warner Music (Continental East West);
- 2- *Mais do que imaginei* (2001) Warner Music (Continental East West);
- 3- *15º andar* (2002) Warner Music (WEA);
- 4- *O sonho não acabou* (2004) Warner Music.
- 5- *Warner 30 anos - Catedral* (2006) Warner Music.

---

<sup>69</sup> Informações disponíveis em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Catedral\\_\(banda\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Catedral_(banda)) e <http://www.geocities.com/foxcatedral/paginastart.htm> Acessado em 02/12/2005

<sup>70</sup> Informações disponíveis em: <http://www.geocities.com/foxcatedral/paginadadiscografia06extra16maioressucessos.htm> Acessado em 02/12/2007

<sup>71</sup> Informações disponíveis em: [http://trofeutalento.com.br/pages/vencedores\\_1998.asp](http://trofeutalento.com.br/pages/vencedores_1998.asp) Acessado em 02/12/2007

Por participar do cast de uma major, os produtos da banda passaram a circular nos meios de comunicação da grande indústria. No álbum *Para Todo Mundo*, duas canções tiveram grande circulação. A primeira “Eu quero sol nesse jardim” foi executada na rede Transamérica FM, e a música “Uma canção de amor pra você”, teve um videoclipe executado na MTV e no canal Multishow, o que lhe possibilitou ser indicada ao prêmio Multishow na categoria “Banda Revelação” do ano de 2000.

O segundo CD *Mais do que imaginei* teve mais de 93 mil cópias vendidas, tendo como principal canção “Eu amo mais você”, com videoclipe que alcançou dois primeiros lugares no programa *Disk MTV* e um segundo lugar no *Top 20 Brasil*. Além disso, o grupo conseguiu indicação ao prêmio *VMB 2001* e foi a banda de pop rock nacional mais pedida do ano na MTV.

Em 2002, a banda lançou o CD *15º Andar* pelo selo WEA, também da Warner, mas ele não alcançou a visibilidade dos anteriores. Em 2004, foi lançada uma coletânea da banda pelo mesmo selo, chamada *O Sonho não Acabou*. Em 2006, a major lançou uma coletânea Warner 30 anos – Catedral, uma das tantas que produziu em comemoração às três décadas no mercado fonográfico brasileiro.

Com essas produções, a banda tornou-se alvo de preconceitos dos dois ambientes: de um lado, os evangélicos os consideram “hereges”, de outro, enfrenta resistência dentro do campo da música massiva por ter surgido no meio religioso. Desta forma, torna-se necessário assumir um discurso que não afaste os fãs evangélicos e atraia novos ouvintes fora deste contexto, com cultura de audição bastante desenvolvida em relação ao gênero rock. Em entrevista a um site, os membros da banda afirmaram:

Uma coisa é a nossa religiosidade, que não vai mudar. Somos protestantes. Apenas não podíamos mais ficar limitados ao mercado da música gospel. Ultrapassamos as barreiras e queremos estar onde o povo está. Hoje, a nossa música é o nosso trabalho. Religião é assunto pessoal<sup>72</sup>.

A fala acima representa uma transformação no posicionamento dos músicos, no que diz respeito ao foco principal de suas canções. A religião, que anteriormente era o fator mais importante das canções no ambiente gospel, passa a ser considerada como uma característica da individualidade dos artistas, deixando de ser exposta nas canções.

---

<sup>72</sup> Informações disponíveis em: <http://www.webletras.com.br/biografia.asp/artista/17118> Acessado em 01/12/2007

No entanto, o público alcançado no contexto evangélico não deve ser ignorado. Em entrevista a outro site, ao serem perguntados sobre o que pretendem levar aos fãs através de suas canções, os músicos responderam que “Mensagens positivas. Atitudes diferenciadas. Exemplos de uma vida digna. Paz e amor, justiça social e igualdade, ou seja, o Cristianismo em sua essência... mas sem ser panfletário, sem rótulos”<sup>73</sup>. O discurso apresentado mostra que, mesmo participando do mercado da música massiva, é importante não perder o público já alcançado no meio gospel.

c) A convivência nos ambientes religioso e secular

A partir de 2003, a banda Cathedral voltou a gravar em uma empresa gospel, a Line Records, mas de forma diferente das anteriores. No início da carreira, seu público-alvo era em sua grande maioria evangélico e os locais de circulação restritos ao campo religioso. Agora, a gravadora é relacionada à produção musical gospel e a circulação se dá nos dois ambientes, através dos selos da gravadora voltados ao segmento secular, são eles o *Record Music* e o *New Music*<sup>74</sup>.

Os CDs gravados pela Line Records foram:

- 1- *Acima do nível do mar – 15 anos ao vivo* (2003) Record Music;
- 2- *A resposta de um desejo* (2005) New Music;
- 3- *Atemporal* (2006) New Music;
- 4- *Enquanto O Sol Brilhar* (2007) New Music.

*Acima do nível do mar* alcançou a marca de 130 mil cópias vendidas, o que proporcionou à banda seu primeiro CD de ouro. Além disso, a música “Quem disse que o amor pode acabar?” foi indicada ao *VMB* na categoria “Melhor Videoclipe segundo a

---

<sup>73</sup> Informações disponíveis em: <http://www.mvhp.com.br/catedralentrevista.htm> Acessado em: 01/12/2007

<sup>74</sup> Não há muitas informações disponíveis acerca dos selos da Line Music. A impressão que se tem é que o *New Music* é, na verdade, a renovação do *Record Music*. Disponível em: <http://www.redealeluia.com.br/noticias.php?id=112> e <http://www.newmusiconline.com.br/> Acessado em 02/12/2007



audiência”<sup>75</sup>. Já no contexto evangélico, o álbum foi considerado o Melhor DVD ou CD multimídia pelo *Troféu Talento* realizado no ano de 2004<sup>76</sup>.

O álbum *A resposta de um desejo* conseguiu a venda de 50 mil CDs e a banda ganhou mais um CD de ouro, além de ser novamente indicada ao *VMB*, com a canção “A poesia e eu” na categoria “Audiência”<sup>77</sup>. O videoclipe da música ficou em exibição no programa Disk MTV por quatro meses e alcançou o primeiro lugar no *Top 20*. Conquistou também o DVD de ouro desse trabalho, devido à venda de mais de 25 mil cópias. No *Troféu Talento* de 2005, o grupo recebeu premiação em três categorias: “O melhor CD de rock”; “O melhor videoclipe” com a música “A poesia e eu” e “Melhor Banda do Ano”.

*Atemporal* se constitui numa coletânea composta por dez releituras de sucesso entre os anos de 1993 e 1994, e quatro músicas inéditas que também alcançou a marca de 50 mil cópias vendidas, outro CD de ouro conquistado pela banda. *Enquanto o Sol Brilhar* é o último trabalho do grupo.

## 5.2. ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS UTILIZADAS PELA BANDA E ESPECIFICIDADES DOS CAMPOS

Buscando identificar as divergências e as estratégias desenvolvidas pela banda para pertencer ao mercado religioso e secular, serão apontadas três canções, duas delas referentes à temática religiosa e outra produzida para alcançar os dois públicos. É importante salientar que esse trabalho não se propõe a fazer uma análise minuciosa das músicas, mas apontar algumas características e destacar formas de adequação aos discursos dos espaços em que elas são produzidas.

### 1- *Chame a Deus*

“Chame a Deus” foi a música mais divulgada do primeiro álbum da banda Cathedral, *Você* (1988), lançado no ambiente evangélico. Ela exprime de forma muito clara a ideologia e o modo de vida evangélico.

---

<sup>75</sup> Informação disponível em: [http://igpop.ig.com.br/materias/192501-193000/192696/192696\\_1.html](http://igpop.ig.com.br/materias/192501-193000/192696/192696_1.html) Acessado em: 02/12/2007

<sup>76</sup> Informação disponível em: [http://trofeutalento.com.br/pages/vencedores\\_2004.asp](http://trofeutalento.com.br/pages/vencedores_2004.asp) Acessado em 02/12/2007

<sup>77</sup> Informação disponível em: <http://vagalume.uol.com.br/especiais/vmb-2005.html> Acessado em 02/12/2007

Esta música se caracteriza por um andamento bastante lento, pois sua temática relaciona-se ao sofrimento; não há presença de instrumentos de percussão e valoriza-se o piano. Possui um formato de canção com compasso simples; no primeiro momento, há duas estrofes de mesma melodia e um refrão; no segundo, há mais uma estrofe, acompanhada pelo refrão que é cantado duas vezes. A voz é utilizada para expressar melancolia, com valorização das vogais, características típicas da passionalização.

Na primeira parte, a música fala de problemas enfrentados pelas pessoas e aponta para a busca por Deus como a melhor forma de lidar com as dificuldades: *Se você não sabe para onde seguir / Se você percebe e não quer mais fingir / Levante a cabeça / E não olhes para trás / Chame a Deus, Chame a Deus. / Se tua vida anda pra um abismo sem fim / Se teus olhos choram e não queres este fim / Levante a cabeça / E não olhes para trás / Chame a Deus, Chame a Deus.*

No refrão, Deus é considerado a solução que vai mudar a vida das pessoas: *Chame a Deus / Que tua vida logo mudará / Ele cura a ferida / Te libertará / A verdade e a vida ele quer te dar / Chame a Deus, Chame a Deus / Chame a Deus / Que o tempo passa e não volta mais / Sua chance, sua vida pode se acabar / Ele cura a ferida / Te libertará / Chame a Deus, Chame a Deus / Chame a Deus.*

Aqui, a atitude sugerida pela música para superar os obstáculos diz respeito aos rituais vividos no contexto cristão. A utilização e repetição do vocativo “Chame”, e a consequência positiva desse ato acaba funcionando como uma forma de persuasão para o ouvinte exercer uma prática religiosa. Assim, pode-se concluir que essa canção se propõe a evangelizar e atrair pessoas para o ambiente evangélico.

## *2- Perto de mim*

“Perto de mim” é a primeira faixa do terceiro álbum da banda, *Catedral III*(1991), também restrito ao público evangélico. Sua letra se relaciona com hábitos religiosos, mas de forma diferenciada da canção anterior.

A canção possui um compasso simples e melodia calma. É um andamento lento, mas não chega a ser melancólico; há uma valorização dos instrumentos de corda, que além de acompanhar o canto, é responsável pela marcação do tempo junto com uma leve utilização de percussão. Possui duas estrofes com apenas uma melodia que se repete em toda a música e não contém refrão. A voz do cantor é suave, e busca-se causar um efeito de tranqüilidade, que corresponde à letra da música.

Há uma personificação de Deus, e o eu lírico conversa com ele de forma semelhante ao que acontece com o relacionamento entre as pessoas. Esta é uma prática muito comum no ambiente religioso. Os fiéis dirigem-se a Deus tanto para pedir algo, como para agradecer, invocar e até mesmo para falar sobre seus sentimentos e situações em geral.

Na primeira estrofe, tem-se alguém que fala para Deus sobre a importância de sua companhia e cuidado: *Perto de mim / Sinto tua presença no olhar / De um menino a sorrir / E não tem fim / Seu carinho por mim, eu sei / Às vezes em minha vida erreí / Por tantas coisas eu já chorei / Mas a flor se abriu, meu coração / Se encheu de alegria e de amor / Pois sei que você está aqui.*

No refrão, a conversa continua e, de forma figurada, destaca as atitudes divinas que se assemelham com ações humanas: *Perto de mim / Sinto tua presença na voz / De um pássaro a cantar / Gosta de mim / Me dá colo para dormir / E me protege de todo mal / O teu amor me faz renascer / Sim a flor se abriu, meu coração / Se encheu de alegria e de amor.*

A temática das músicas produzidas nas gravadoras gospel e as idéias nela contidas evidenciam uma realidade específica, com um público-alvo que se localiza no campo religioso.

### 3- *Uma canção de amor para você*

“Uma canção de amor para você” é a faixa inicial do álbum *Para Todo Mundo*, o primeiro produzido pela Warner. Em todas as músicas, há temas relacionados ao contexto evangélico, como a negação à violência, drogas, superação de dificuldades. Entretanto não se sugere as soluções apontadas pelo contexto religioso, antes se busca uma linguagem universal, adaptável à crença religiosa e às práticas do público da música massiva.

É uma música de arranjo simples, com um andamento de pouca complexidade musical, característico das baladas de pop rock. Os instrumentos utilizados são bateria, teclado, baixo, violão e guitarra. A base da melodia é uma estrofe, uma ponte e o refrão, que é cantado duas vezes. Por possuir duas estrofes, esta fórmula se repete; há um solo de guitarra e o refrão é cantado por mais quatro vezes.

Nessa canção, a temática diz respeito aos problemas e contradições sociais, chamando a atenção para a valorização de sentimentos relacionados à boa conduta e a convivência pacífica entre as pessoas. Na primeira estrofe, canta-se: *Com tanta indiferença*

*/ Um mundo de contrastes / Guerras e fome andam lado à lado com a dor / A vida e seu sentido / A força da verdade / Tudo que a gente vive não é nada sem amor.*

Em seguida, questiona-se sobre o posicionamento do indivíduo diante da sociedade:  
*Tarde demais quando não se quer ver / Pra não viver / É impossível andar só, então?*

O refrão diz: *Não me diga que o mundo anda mal / Hoje eu nem quero ler o jornal / Só quero escrever uma canção de amor / Pra você.* Ou seja, mesmo com todas as adversidades, é preciso que se estabeleça um pacífico relacionamento inter-pessoal.

Na segunda estrofe, a canção se relaciona com a utilização das drogas, o discurso que a legitima e a tentativa do cantor em mostrar outra verdade, segundo ele mais eficiente:  
*Há jovens nas esquinas / Com drogas nas mochilas / Curtindo uma liberdade artificial / A vida e seu mistério / A força do desejo sem maquiagem / A liberdade está no coração.*

Nos versos seguintes, o questionamento anterior é repetido com uma modificação no final do trecho: *Tarde demais quando não se quer ver / Pra não viver / É permitido ser feliz, então?*

Há uma tentativa de conscientização do ouvinte acerca de temas polêmicos, inclusive com questionamentos presentes no contexto religioso. No entanto, a solução apontada não diz respeito a rituais, nem se apresenta a figura divina como o fator transformador da sociedade. Aqui, diz-se que “o mundo anda mal”, não dá para modificá-lo, mas é possível se posicionar de forma diferenciada diante da ordem social.

A figura de Deus defendida pela religião é substituída por sentimentos universais, como o amor. Nesse sentido, há uma maior aproximação com as produções do campo da música massiva que, mesmo defendendo ideologias relacionadas a condutas sociais, não absorve qualquer elemento discursivo referente ao campo religioso.

## CONCLUSÃO

Ao fazer um panorama sobre o desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil, Marcia Tosta Dias destaca a junção entre a dimensão mercadológica e a dimensão artística nas produções musicais. Para fundamentar sua análise, a autora cita os conceitos de sociedade administrada e indústria cultural, de Adorno e Horkheimer. A primeira diz respeito à dominação das regras matematizadas, previsíveis e padronizadas da lógica da administração sobre a organização social; a cultura passa a ser medida segundo padrões externos, sob normas que não lhe são inerentes, o que pode anular a qualidade imanente, a verdade e a racionalidade do objeto cultural.

A indústria cultural caracteriza-se pela “produção em série, padronização, repetição, pseudo-individação”<sup>78</sup>. Nesse contexto, a arte não possui um papel de “fuga da realidade”, mas se constitui como uma representação do capitalismo, uma continuação do processo de trabalho dos que consomem os produtos artísticos.

A produção esquematizada e sua subordinação ao campo econômico causam a fabricação de produtos idênticos, com pequenos detalhes que lhe conferem uma ilusória aura de distinção. Assim, a segmentação constitui-se numa estratégia de mercado e não numa busca pela valorização da diversidade cultural. Mesmo a produção de mercadorias musicais diferenciadas com conteúdo crítico ou contestatório é absorvida pelo mercado, devido à estratégia de segmentação.

O lugar da criatividade parece ter se extinguido. A racionalidade técnica contaminou os produtos para a diversão, que reproduzem o processo de trabalho e de outras esferas da vida social. Este é um encontro que se dá “de maneira mecânica, estandarizada, repetitiva, única, impessoal e autoritária”<sup>79</sup>. Sobre a submissão ao planejamento econômico, Dias afirma:

A obra de arte, que era anteriormente veículo da idéia, foi completamente dominada pelo detalhamento técnico, pelo efeito, substituída pela fórmula. Estes atingem igualmente o todo e a parte, fazendo com que não haja nenhuma conexão entre eles, além de uma harmonia artificial<sup>80</sup>.

Desta forma, pode-se concluir que, segundo essa abordagem, a indústria fonográfica brasileira se ocupa da produção de mercadorias musicais que obedecem a

---

<sup>78</sup> DIAS, 2000, p. 26-27

<sup>79</sup> Ibid., p.28

<sup>80</sup> Ibid., p.27

regras do campo econômico, semelhante à produção de bens materiais. Sua finalidade é a obtenção máxima de lucros, sem apresentar qualquer aspecto de autonomia. No entanto, essa análise não dá conta de todo o processo da indústria cultural, pois há outros aspectos a serem observados que vão além das lógicas mercadológicas.

Ao invés da subordinação a outras esferas, Bordieu observa que o campo cultural conquistou sua autonomia quando os indivíduos pertencentes a ele passaram a levar em conta não mais aspectos externos (controles religiosos, políticos ou acadêmicos), mas as regras firmadas por uma tradição intelectual ou artística herdada de seus predecessores. A função do artista, bem como o conceito e a qualidade de sua produção são determinados pela relação entre ele, os outros artistas e os não-artistas.

A segmentação não se constituiu como uma pseudo-indivuação, mas contribuiu para propiciar aos produtores de bens simbólicos, além das condições de sobrevivência, um princípio de legitimação paralelo. O aumento de produtores e empresários de bens simbólicos, o aperfeiçoamento da técnica e aumento da profissionalização contribuíram para o fortalecimento das fronteiras do campo e definição das regras que possibilitam o acesso à profissão e de participação no meio<sup>81</sup>.

O mercado de bens simbólicos, bem como a relação entre o âmbito econômico e artístico dos produtos artísticos foi analisada por Pierre Bourdieu. Entretanto, diferente do que foi exposto anteriormente, ele afirma que a apesar da dupla face dos bens simbólicos - mercadorias e significações - estes são relativamente independentes, sendo que o âmbito econômico pode reafirmar a consagração cultural.

Apropriando-se do conceito de campo e trazendo para o contexto do mercado fonográfico, Jeder Janotti Junior aponta que a música popular massiva possui:

linguagem própria, acúmulo de capital simbólico por parte dos atores envolvidos nas práticas musicais, utilização específica das tecnologias de gravação/reprodução/circulação, manipulação de elementos plásticos de sons e apropriações culturais ligadas às afirmações de autonomia das expressões musicais<sup>82</sup>.

Isso não significa que a interface entre processos criativos e as lógicas comerciais devem ser ignoradas. Pelo contrário, existe uma autonomia relativa, que considera lógicas de entretenimento, consumo produtivo e índices econômicos. Porém, essa relativa

---

<sup>81</sup> BOURDIEU, 1982, p.100

<sup>82</sup> JANOTTI JR, 2007, p.3

autonomia criativa garante aos diferentes gêneros e composições musicais “regras semióticas, técnicas, econômicas e sociais específicos”<sup>83</sup>.

Semelhantemente a outros campos sociais, a música massiva apresenta instâncias específicas de reconhecimento entre os pares e formas de acúmulo de capital cultural e capital simbólico. Estes envolvem a “produção musical, a narrativa biográfica, genealogias, referências e distinções que englobam elementos mercadológicos e musicais”<sup>84</sup>.

Nesse contexto, a autenticidade possui um papel fundamental, e está relacionada com a tensão entre a autonomia criativa e as estratégias de sobrevivência no mercado musical. Os gêneros possuem modos diferenciados de lidar com a autonomia, de acordo com a maior (*mainstream*) ou menor (*underground*) dependência do campo econômico, que se relaciona com as valorações e formatações musicais, unindo expressões plásticas e posturas mercadológicas. Assim, a criatividade no campo musical “está ligada a julgamentos morais, relações comerciais e à capacidade de negociação de autonomias criativas, mesmo que em tensão permanente com coerções tecnológicas técnicas e econômicas”<sup>85</sup>.

O mercado fonográfico gospel apresenta um caso particular, pois, além de possuir lógicas mercadológicas, a busca por sua autenticidade nesse universo se dá na relação entre a criatividade e aspectos do campo religioso, o que nos permite questionar se é possível considerá-la como parte do campo da música popular massiva.

A semelhança dos processos de produção/circulação/consumo presentes nesse contexto, as relações que se estabelece com a grande indústria e as formas de apropriação culturais pelos consumidores evidenciam aspectos referentes ao campo da música popular massiva.

Já a intensa ligação com instituições religiosas, bem como a busca pela afirmação da identidade de um grupo que demanda produtos com aspectos que vão além daqueles característicos do campo da música massiva e a preocupação com estratégias para atrair fiéis evidenciam a subordinação da indústria gospel ao campo religioso.

Assim, a indústria da música gospel se constitui em um espaço de tensão entre o campo da música massiva e o religioso. No entanto, mais do que não apresentar uma

---

<sup>83</sup> Ibid., p. 4

<sup>84</sup> Ibid., p.8

<sup>85</sup> Ibid., p.11

autonomia, a relação entre os três campos é o que caracteriza a indústria da música gospel como tal. Desta forma, não há como dissociar esses aspectos e buscar inseri-la dentro de fronteiras de um único espaço. Entender música gospel pressupõe conhecer as relações que se estabelecem dentro do contexto religioso e relacionar com as lógicas presentes no campo da música popular massiva.



## REFERÊNCIAS

- BLANES, Ruy Lleras. **A música na construção de uma identidade religiosa.** O caso do movimento evangélico em Portugal. Artigo apresentado no Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais de Coimbra, de 16 a 18/09/2004.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Ed. Perspectiva, 1982.
- CÉSAR, Claiton; STEFANO, Marcos. Nascido para louvar. **Eclésia**, São Paulo, ano 10, ed. 111.
- DANTAS, Danilo Fraga (2007). **A prateleira do rock brasileiro:** uma análise das estratégias midiáticas utilizadas nos discos de rock brasileiro nas últimas cinco décadas. Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas de Comunicação da Faculdade de Comunicação da UFBA. Salvador: Universidade Federal da Bahia.
- DIAS, Marcia Tosta. **Os donos da voz:** Indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.
- FRITH, Simon. **Performing Rites:** on the value of popular music. Cambridge/Massachussets: Harvard University Press, 2001.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004.
- HERSCHMANN, Micael. **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.
- JANOTTI JR., Jeder Silveira. **Dos Gêneros Textuais, Dos Discursos e Das Canções:** uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático. In: XIV Encontro Anual da Compós, 2005b, Niterói. Textos dos GTs da XIV Compós, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Música Popular Massiva e Gêneros Musicais.** Uma proposta de análise da produção e consumo da canção na mídia. *Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo, v.3, nº7, p.31-48, julho 2006.
- \_\_\_\_\_. **Música Popular e Comunicação:** um universo particular. Artigo apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 29/08 a 02/09/2007.

- LIMA, Tatiana (2007). **Manguebeat – Da cena ao álbum:** performances midiáticas de Mundo Livre S/A e Chico Science & Nação Zumbi. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia. Salvador: UFBA.
- MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas** /Denis McQuail; tradução de Carlos de Jesus. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003, p. 39 a 49.
- MIRA, Maria Celeste. O global e o local: mídia identidades e usos da cultura. **Margem.** São Paulo: Faculdade de Ciências Sociais / PUC, nº3, p.131-149, dez. 2004.
- REFKALFSKY, Eduardo; PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira; ROCHA, Maria Penha Nunes da. **Comunicação e posicionamento da Igreja Universal do Reino de Deus:** um estudo do caso do marketing religioso. Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, de 06 a 09/09/2006.
- SHUKER, Roy. **Vocabulário de Música Pop** / Roy Shuker; tradução Carlos Szlak.1ª ed. São Paulo: Hedra, 1999, p.141-144 e 147-148.
- TATIT, Luiz. **O século da canção.** Ateliê Editorial, Cotia, 2004.

Sites:

- [http://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja\\_Bola\\_de\\_Neve](http://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja_Bola_de_Neve) Acessado em 01/08/2007
- <http://www.dicionariompb.com.br> Acessado em 01/09/2007
- <http://paginas.terra.com.br/educacao/histigreja/sec20principal.htm> Acessado em 01/09/2007
- <http://pt.wikipedia.org/wiki/Gospel> Acessado em: 03/09/2007
- <http://pt.wikipedia.org/wiki/Gospel> Acessado em: 03/09/2007
- [http://www.arquivogospel.com.br/textos\\_v.asp?cod\\_texto=21](http://www.arquivogospel.com.br/textos_v.asp?cod_texto=21) Acessado em 08/09/2007
- <http://rebanhao.v10.com.br/> Acessado em 08/09/2007
- [http://www.arquivogospel.com.br/textos\\_v.asp?cod\\_texto=21](http://www.arquivogospel.com.br/textos_v.asp?cod_texto=21) Acessado em 10/09/2007

- <http://www.zekap.com.br/> Acessado em 13/09/2007
- <http://www.abrecords.com.br/> Acessado em 13/09/2007
- <http://www.saasmusic.com.br/> Acessado em 13/09/2007
- <http://www.7tacas.com.br/> Acessado em 13/09/2007
- <http://www.supergospel.com.br/> Acessado em 14/09/2007
- <http://www.guiame.com.br/> Acessado em 14/09/2007
- <http://www.gospelmusiccafe.com.br/> Acessado em 14/09/2007
- <http://www.acervogospel.com/Acervo/Default.asp> Acessado em 14/09/2007
- <http://www.conexao gospel.com.br/> Acessado em 16/09/2007
- <http://www.redealeluia.com.br/historico.php> Acessado em 17/09/2007
- [http://www.abpd.org.br/sobre\\_gravadora.asp?g=23](http://www.abpd.org.br/sobre_gravadora.asp?g=23) Acessado em 17/09/2007
- [http://www.editoracentralgospel.com.br/\\_gutenweb/\\_loja/pg\\_inicial.cfm](http://www.editoracentralgospel.com.br/_gutenweb/_loja/pg_inicial.cfm) Acessado em 17/09/2007
- <http://www.linerecords.com.br/artistas.aspx> Acessado em 17/09/2007
- [http://www.correiodabahia.com.br/aquisalvador/noticia\\_impresao.asp?codigo=129982](http://www.correiodabahia.com.br/aquisalvador/noticia_impresao.asp?codigo=129982) Acessado em 17/09/2007
- <http://www.ongrace.com/home/> Acessado em 17/09/2007
- [http://www.editoracentralgospel.com.br/\\_gutenweb/\\_loja/pg\\_inicial.cfm](http://www.editoracentralgospel.com.br/_gutenweb/_loja/pg_inicial.cfm) Acessado em 17/09/2007
- [http://www.cristinamel.com.br/news/news\\_uid\\_16.html](http://www.cristinamel.com.br/news/news_uid_16.html) Acessado em 17/09/2007
- <http://www.mkmusic.com.br/ConsultaNoticia?mid=2633> Acessado em 17/09/2007
- <http://www.trofeutalento.com.br/pages/> Acessado em 17/09/2007
- <http://www.univision.com/content/channel.jhtml?chid=10383&schid=11335> Acessado em 17/09/2007
- <http://www.supergospel.com.br/news/noticia.php?news=575> Acessado em 17/09/2007
- [http://www.wgo.com.br/~juniorns/reportagens/reportagens/OficinaG3\\_RockInRio/Mais\\_novidades\\_eFotos.htm](http://www.wgo.com.br/~juniorns/reportagens/reportagens/OficinaG3_RockInRio/Mais_novidades_eFotos.htm) Acessado em 18/09/2007
- [http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede\\_Internacional\\_de\\_Televis%C3%A3o](http://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_Internacional_de_Televis%C3%A3o) Acessado em 18/09/2007
- [http://www.brazilianweekly.com/artman/publish/article\\_3.shtml](http://www.brazilianweekly.com/artman/publish/article_3.shtml) Acessado em 04/11/2007
- [http://www.brazilianweekly.com/artman/publish/article\\_3.shtml](http://www.brazilianweekly.com/artman/publish/article_3.shtml) Acessado em 04/11/2007
- <http://www.diantedotrono.com.br/principal/default.asp> Acessado em 04/11/2007
- <http://www.bandacatedral.com.br/> Acessado em 01/12/2007
- <http://www.webletras.com.br/biografia.asp/artista/17118> Acessado em 01/12/2007
- [http://pt.wikipedia.org/wiki/Catedral\\_\(banda\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Catedral_(banda)) Acessado em 02/12/2007

- <http://www.geocities.com/foxcatedral/paginastart.htm> Acessado em 02/12/2007
- <http://www.geocities.com/foxcatedral/paginadadiscografia06extra16maioressucessos.htm> Acessado em 02/12/2007
- [http://trofeutalento.com.br/pages/vencedores\\_1998.asp](http://trofeutalento.com.br/pages/vencedores_1998.asp) Acessado em 02/12/2007
- <http://www.redealeluia.com.br/noticias.php?id=112> Acessado em 02/12/2007
- <http://www.newmusiconline.com.br/> Acessado em 02/12/2007
- [http://igpop.ig.com.br/materias/192501-193000/192696/192696\\_1.html](http://igpop.ig.com.br/materias/192501-193000/192696/192696_1.html) Acessado em: 02/12/2007
- [http://trofeutalento.com.br/pages/vencedores\\_2004.asp](http://trofeutalento.com.br/pages/vencedores_2004.asp) Acessado em 02/12/2007
- <http://vagalume.uol.com.br/especiais/vmb-2005.html> Acessado em 02/12/2007