MAGALI DO NASCIMENTO CUNHA

“VINHO NOVO EM ODRES VELHOS”.

**Um olhar comunicacional sobre a explosão
gospel no cenário religioso evangélico no Brasil**

Tese apresentada à Área de
Concentração: Comunicação da
Escola Comunicação e Artes da
Universidade de São Paulo, como
exigência parcial para obtenção do
título de Doutora em Ciências da
Comunicação, sob a orientação do
Prof. Dr. Luiz Roberto Alves.

São Paulo
2004

MAGALI DO NASCIMENTO CUNHA

“VINHO NOVO EM ODRES VELHOS”.

**Um olhar comunicacional sobre a explosão
gospel no cenário religioso evangélico no Brasil**

Tese apresentada à Área de
Concentração: Comunicação da Escola
Comunicação e Artes da Universidade de
São Paulo, como exigência parcial para
obtenção do título de Doutora em
Ciências da Comunicação, sob a
orientação do Prof. Dr. Luiz Roberto
Alves.

São Paulo
2004

COMISSÃO JULGADORA

Ismar de Oliveira Soares (ECA/USP)

Laan Mendes de Barros (Faculdade Casper Líbero)

Leonildo Silveira Campos (UMESP)

Luiz Roberto Alves (ECA/USP, orientador)

Mauro Wilton de Souza (ECA/USP)

Data da Defesa: 25 de junho de 2004

Aprovada, com louvor e com indicação para publicação

Ao Claudio e ao Guilherme, expressões vivas de amor.

Não existimos para dizer o que é, mas para fazer o que não é.
Cornelius Castoriadis

Agradecimentos

À Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, pela oportunidade oferecida de espaço para formação e reflexão;

Ao prof. dr. Luiz Roberto Alves, pelo interesse no trabalho e pela orientação motivadora;

Ao corpo diretivo da Faculdade de Teologia da Igreja Metodista/ Universidade Metodista de São Paulo, pelo estímulo e apoio nos momentos decisivos do desenvolvimento do trabalho;

*Ao corpo docente da Faculdade de Teologia da Igreja Metodista/ Universidade Metodista de São Paulo, pelo companheirismo, pelo interesse e pelas sugestões para o conteúdo,
em especial ao prof. dr. Tércio Machado de Siqueira pela assessoria bíblica e pelo incentivo no estudo do tema;*

Aos docentes e discentes integrantes do Grupo de Pesquisa Discursus da Faculdade de Teologia da Igreja Metodista/ Universidade Metodista de São Paulo, em especial ao prof. dr. Clóvis Pinto de Castro, pela colaboração no estudo de caso e nas reflexões do tema;

A Paulo Roberto Salles Garcia, pela amizade e pela revisão e copidesque do texto final;

A Claudio de Oliveira Ribeiro, esposo, companheiro, consultor, pela paciência, pelo apoio, pelo incentivo, pelas sugestões e pela leitura dos conteúdos e por tantas coisas 24 anos mais...

RESUMO

Uma análise comunicacional da explosão *gospel* e sua expressão entre os diferentes segmentos do cenário religioso evangélico contemporâneo no Brasil é o objeto deste trabalho. Inicialmente um movimento musical, o *gospel* explodiu na última década do século XX entre os evangélicos e deu forma a um modo de vida configurado pela tríade música-consumo e entretenimento. Esse modo de vida se expressa, especialmente, em novas formas de culto religioso e na relativização da ética protestante restritiva de costumes. A referida tríade é caracterizada pelas transformações advindas do reprocessamento das culturas das mídias, urbana e de mercado entre os evangélicos e da busca de superação da crise entre protestantismo e sociedade que tem marcado a história deste segmento no Brasil. Entretanto, a análise embasada nos estudos culturais e nas ciências da religião revelou que esses traços de modernidade da cultura *gospel* estão entrecruzados com a tradição, com a conservação de traços da identidade protestante no Brasil como o dualismo igreja vs. mundo, o individualismo, o intimismo religioso, o sectarismo, a rejeição da diversidade de manifestações culturais e religiosas, o antiecumenismo e o antiintelectualismo. O estudo sobre este encontro do antigo com o novo, do tradicional com o moderno remete à compreensão da cultura *gospel* como uma cultura híbrida. Uma estratégia de adaptação à modernidade e suas expressões hegemônicas – seja o pentecostalismo, no campo religioso, ou o capitalismo globalizado no campo sócio-histórico – com a garantia de preservação da expressão cultural religiosa tradicionalista, já conhecida e aprovada no “coração das igrejas”. O hibridismo é aqui compreendido como criação estéril, uma modernidade de superfície passível de tensões: o “vinho novo em odres velhos”.

ABSTRACT

This study is a communicational analysis of the *gospel* explosion and how that explosion is currently expressed amidst the different segments that are part of the contemporary Protestant religious scenario in Brazil. Initially a musical movement, this evangelical movement referred to as *gospel*, in the last decade of 20th century Brazil, has assumed three additional components that ultimately define it and shape its lifestyle: music, consumer consumption, and entertainment. This new life form is expressed in new ways of worship as well as the relativization of the restrictive Protestant behavioral ethic. These three additional elements arise as a result of the re-elaboration of three distinct cultures; the media, the urban world and the Protestant market and are a result of the search to overcome the history of tension between the Brazilian Protestant community and Brazilian society. However, based on cultural studies and the studies of religious sciences, we see that the modernity expressed in the current *gospel* culture maintains certain conservative Protestant characteristics such as the dualism between Church and the World, individualism, personal religious experience, sectarianism, and the rejection of cultural and religious diversity and as such is anti-ecumenical and anti-intellectual. As with any study of the old and the new, traditional and modern, we see that *gospel* culture is a hybrid culture; a strategic adaptation to modernity and its hegemonic expressions – be it Pentecostalism, in the realm of religion, or globalized capitalism in the socio-historic realm. But what seems at first shaped by modernity, *gospel*, in fact, only appears modern while in reality continues to secure traditional Protestant characteristics in order to preserve its own culture. Hybridism, in this case, is not new and dynamic as the word might suggest, but a sterile creation, a modern face under which lie the same tensions: “New wine into old wineskins.”

SUMÁRIO

Introdução	13
Parte I. Orientando o olhar: referenciais teóricos em comunicação, cultura e religião	27
Capítulo 1. O referencial dos estudos culturais	28
1. 1 O conceito de cultura como ponto de partida	31
1.2 O lado oculto do receptor se revela	35
1.3 Culturas no plural: a noção de hegemonia em pauta	38
1.4 A cultura das mídias como cultura hegemônica	45
1.5 Pós-colonialismo e modernidade nos rumos do debate sobre a cultura: a noção de hibridismo cultural	47
Capítulo 2. O referencial dos estudos de religião	61
2.1 A matriz religiosa brasileira e o protestantismo no Brasil	62
2.2 Bases da construção do modo de vida protestante no Brasil: a cultura evangélica	67
2.2.1 A herança européia puritana e o destino manifesto	68
2.2.2 Sectarismo: a cultura protestante antipopular	72
2.2.3 As tentativas de inculturação no protestantismo histórico	77
2.3 As recentes transformações no cenário religioso evangélico	80
2.3.1 O avanço do capitalismo globalizado	81
2.3.2 A hegemonia pentecostal	84
2.3.3 O crescimento numérico	87

2.3.4 A religião de mercado e o mercado da religião	88
2.3.5 A ampliação da presença na mídia	95
2.3.6 A busca de inculturação no mundo urbano	103
Interlúdio I: Elucidações a partir do olhar sobre os referenciais teóricos em comunicação, cultura e religião	107
Parte II. Fixando o olhar: A configuração da cultura <i>gospel</i> – de movimento musical a um modo de vida religioso	115
Capítulo 3. A explosão <i>gospel</i> no Brasil	116
3.1 Origem e sentido do termo <i>gospel</i>	118
3.2 O movimento <i>gospel</i> no Brasil	123
3.2.1 O movimento de popularização da música evangélica dos anos 50e 60	124
3.2.2 O Movimento de Jesus e a revolução musical jovem dos anos 70.....	126
3.2.3 A modernização da cultura religiosa evangélica e o processo de modernização do Brasil	131
3.3 A explosão <i>gospel</i> dos anos 90	137
3.3.1 Os pioneiros do rock cristão	138
3.3.2 A popularização do termo “ <i>gospel</i> ”	140
Capítulo 4. O poder sagrado da música na cultura <i>gospel</i>	145
4.1 O poder dos artistas <i>gospel</i> : instrumentos de Deus	148
4.1.1 Do mundo antes, de Deus agora, mas sempre artistas	152
4.1.2 Ritmos para todos os gostos	158
4.1.3 Muitos nomes mas um só discurso	161
4.2 O poder dos ministérios de louvor e adoração: um novo avivamento	164
4.2.1 Ministros levitas e não artistas.....	166
4.2.2 Saem os conjuntos jovens, entram os ministérios de louvor	170

4.2.3 O “modelo” Diante do Trono	73
4.2.4 O avivamento do mercado fonográfico	178
4.2.5 Um discurso comum multiplicado	181
Capítulo 5. Consumo e entretenimento: ritos que produzem sentido	196
5.1. Cristãos: segmento de mercado	197
5.1.1. “Consumir não é pecado”	199
5.1.2. Sociedade com Deus	200
5.1.3 Mídia evangélica: mediação do consumo	203
5.2 A conquista da diversão: quase como todo mundo	206
5.2.1 A dança	208
5.2.2 O carnaval	210
5.2.3 Os espetáculos profissionais e amadores	212
5.2.4 Os jogos e outras distrações	220
5.2.5. A mídia	221
5.2.6 As tribos evangélicas	229
Interlúdio II. Elucidações a partir do olhar sobre a configuração da cultura gospel	233
Parte III. Revelando o olhar: a cultura <i>gospel</i> como cultura híbrida	241
Capítulo 6. A cultura gospel e os protestantes históricos de missão: um estudo de caso	242
6.1 Origem e elaboração dos dados da pesquisa de campo	245
6.1.1 Seleção da amostra	245
6.1.2 Definição dos instrumentos	246
6.1.3 Coleta dos dados	247
6.1.4 Processamento e análise dos dados	251
6.2 A explosão gospel: um novo modo de culto evangélico	251
6.2.1 Louvor, adoração e tecnologia: o poder da música	251

6.2.2 O discurso gospel no discurso do culto	254
6.2.3 Da apatia ao dinamismo: o discurso da liderança sobre o novo modo de culto	259
6.3 A explosão gospel: o acesso evangélico à mídia	263
6.4 A explosão gospel: o acesso evangélico ao consumo e à diversão	267
6.5 Um modo de vida novo no modo de vida velho	270
Capítulo 7. O híbrido gospel: “vinho novo em odres velhos”	275
7.1 Inserção na modernidade: sacralização do consumo, mediação da tecnologia e dos meios de comunicação	277
7.2 Sacralização de gêneros musicais populares brasileiros	281
7.3 Relativização da tradição de santidade protestante puritana: valorização do corpo e inserção social	284
7.4 Rompimento com as teologias escapistas e pregação de inserção no sistema socioeconômico	287
7.5 Desenvolvimento de uma prática religiosa avivalista: mística, emoção e renovação	290
7.6 Reprocessamento da teofania das tradições monárquicas de Jerusalém	292
7.7 Desterritorialização e padronização do modo de vida gospel	295
7.8 Conservação de elementos da cultura evangélica brasileira responsáveis pela crise entre protestantismo e sociedade brasileira	299
Conclusão	304
Bibliografia	316
Anexos	332

INTRODUÇÃO

A motivação para este estudo deriva-se de uma primeira abordagem sobre as igrejas evangélicas no Brasil que tomou a forma de dissertação de Mestrado, defendida e aprovada na Universidade do Rio de Janeiro em 1997: *Crise, esquecimento e memória. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo Brasileiro*. Esse trabalho teve por objetivo uma reflexão acerca da experiência de *criação do novo* em meio às igrejas protestantes históricas implantadas no Brasil, na segunda metade do século XIX, por meio das missões norte-americanas, caracterizadas pelo sectarismo e por diversas formas de conservadorismo. Tratava-se da emergência, no seio de uma realidade histórica, de um *processo de instituição* possível, mas silenciado e, posteriormente, quase esquecido: a inserção dos ideais ecumênicos de unidade e responsabilidade sociopolítica como componentes da identidade dessas igrejas.

Este processo ocorreu no decorrer do século XX, provocando tensões, conflitos, perseguições e reações, cuja busca de elucidação foi parte do trabalho. Desde que o silenciamento foi imposto e que outras mudanças atingiram esse movimento, diversos grupos desempenharam marcante papel para que os ideais sobrevivessem, ainda que à margem do que havia sido instituído oficialmente no quadro do que hoje pode ser denominado protestantismo brasileiro. Um deles foi o que formou o Centro Ecumênico de Informação (CEI) – uma associação de cristãos atuante nos anos de 1965 a 1975, com publicações informativas e formativas, que, em 1974, transformou-se no Centro Ecumênico de Documentação e Informação (CEDI).

O cenário das igrejas evangélicas nos anos 80 e 90 – posterior ao da pesquisa citada quando emergiram com força a música *gospel*, a mídia e o mercado evangélicos – provocou novas reflexões. Se no processo anterior houve resistência e criatividade em busca de mudança

então silenciada e negada pelos setores dominantes do protestantismo, no recente, modificações são amplamente promovidas, sem reações, por meio de elementos que, ao mesmo tempo, reforçam aspectos do sectarismo e do conservadorismo que marcam o protestantismo. O que isto significa? É mesmo o novo que se institui? Pode haver convivência do novo com o antigo? Anteriormente, o novo buscava transformar o antigo – eles não se sobrepunham. Como isto pode ocorrer, diferentemente, no momento recente?

Uma observação preliminar da expressão *gospel* entre os evangélicos no Brasil, em busca de respostas a estas perguntas, levou a uma série de novas indagações relacionadas à natureza do fenômeno: O que ela representa para os evangélicos no Brasil? Quais são as transformações que provoca no seu modo de vida? O que é realmente novo? O que explica a padronização na forma de culto religioso e na relativização de doutrinas e costumes entre os evangélicos brasileiros? É a explosão *gospel* um produto do processo de expansão da mídia evangélica? Como entender as manifestações da modernidade presentes no modo de vida *gospel* que convivem com a conservação de aspectos da tradição protestante?

Estas questões levaram à constatação de que a explosão *gospel* é uma expressão cultural que marca o cenário religioso contemporâneo, em especial o evangélico. Análises preliminares indicaram que a inserção de novos elementos constituidores de um modo de vida seria mediada pela mídia evangélica. Tal mediação permite, portanto, a configuração da cultura *gospel*: as formas de realização do culto religioso, de expressão verbal e não-verbal e de comportamento construídas pelos adeptos das igrejas evangélicas a partir da produção fonográfica e dos espetáculos de promoção destes produtos. As novas significações se manifestam predominantemente na instituição de uma forma nova de cultura e na reinterpretação e relativização de suas doutrinas e costumes as quais permeiam todo o segmento evangélico, estabelecendo um padrão.

Dessa forma, tornou-se necessária uma avaliação, sob a perspectiva comunicacional, acerca da emergência de um novo modo de vida em meio a um grupo social brasileiro. Este o objetivo do trabalho. O grupo social em questão é aquele formado pelas igrejas evangélicas brasileiras e seus adeptos e o modo de vida, a cultura *gospel*, construído a partir da vivência dos diferentes segmentos que compõem o complexo cenário religioso evangélico e das mediações que sobre ela operam. Este processo foi iniciado nas últimas décadas do século XX e permanece em curso nos primeiros anos do atual momento marcado por transformações no campo sociopolítico-econômico-cultural-religioso, estreitamente relacionadas ao avanço do

capitalismo globalizado e à consolidação das culturas midiática e urbana, filhas da modernidade.

Por isso, a opção pelo termo “explosão” como classificação do fenômeno *gospel*. Evita-se aqui o uso da expressão impacto, amplamente utilizada por analistas deste e de outros fenômenos culturais, em especial em tempos de revolução tecnológica, que pressupõe a idéia de força, de choque, de um corpo contra um outro, de uma ação que procede do exterior para o interior. Opta-se, portanto, pela noção de explosão que exprime as irrupções nascidas dentro de um processo, os momentos ou circunstâncias, ou eventos, que mudam completamente a rota de acontecimentos.

O objeto da presente pesquisa é, pois, esta explosão cultural e sua expressão entre os diferentes segmentos do cenário evangélico. Trata-se de um fenômeno contemporâneo em curso, que tem causado perplexidade no campo prático de ação das igrejas, e instigado reflexões como esta, no campo acadêmico, muito em função do lugar da mídia e do mercado de consumo no processo.

A partir da hipótese de que um novo modo de vida foi construído entre os evangélicos brasileiros na contemporaneidade e de que esta construção é mediada por uma série de aspectos da conjuntura sócio-histórica e religiosa, foram estabelecidos objetivos específicos para o trabalho centrados no lugar da mídia na construção da cultura *gospel*: (1) Elaborar uma síntese crítica dos estudos recentes no campo dos estudos culturais e das ciências da religião que dão suporte teórico à compreensão da explosão *gospel*; (2) Identificar as mediações presentes no processo de construção da cultura *gospel* entre os evangélicos no Brasil; (3) Localizar e enfatizar, nesse quadro, o lugar da mídia e do consumo na experiência religiosa evangélica expressa na realidade cotidiana dos indivíduos e das comunidades; (4) Analisar como se dá a expressão cultural *gospel* entre os evangélicos, com a atenção voltada especialmente para os que integram o segmento histórico de missão, por serem os que mais experimentam mudanças na forma de cultivar e de se comportar em sociedade ao participarem da construção desse modo de vida.

Para buscar a confirmação da hipótese e atingir os objetivos propostos, algumas decisões se fizeram necessárias a fim de que o trabalho não se limitasse a uma mera narrativa. Primeiramente, a demarcação de uma base teórica que contribuísse com a compreensão dos fenômenos culturais em meio ao processo de globalização e de ajuste dos diversos grupos sociais à lógica do mercado e com a análise do cenário religioso evangélico no Brasil à luz

desta conjuntura. Essa base teórica foi encontrada nos estudos culturais e nas ciências da religião e representa o “alicerce” a sustentar as análises que se seguirão.

Outro passo foi a descrição da explosão *gospel* no Brasil e o processo de construção de uma expressão religiosa que vai muito além de um movimento musical mas constituiu-se um modo de vida, uma cultura religiosa.

Este percurso conduziu, finalmente, à tentativa de elucidação das características básicas da cultura religiosa *gospel* e as bases nas quais se assenta, e que a configuram de forma unívoca entre os evangélicos brasileiros.

Todavia, os estudos desenvolvidos no campo da comunicação e da cultura e no das ciências da religião, o levantamento de informações sobre os elementos que configuram a cultura *gospel* e o estudo de caso, por meio da observação de comunidades religiosas na região do Grande ABC paulista, conduziram a novos caminhos que proporcionaram à pesquisa um desenvolvimento além dos objetivos e da hipótese inicial. A hipótese foi corroborada mas estimulou novas elucidações e o olhar comunicacional ampliado: o foco abriu-se a partir da necessidade de compreensão da convivência do novo com o antigo. Novas mediações foram percebidas e revelaram, por sua vez, um processo que levou a noções desenvolvidas pelos estudos culturais contemporâneos, colocando em destaque a noção de hibridismo cultural e a perspectiva da “reconversão” – ambas remetentes a um eixo: o capitalismo globalizado – o que será abordado ao longo do trabalho.

Uma etapa preliminar: definindo terminologias...

Na construção da identidade das igrejas protestantes no Brasil, um ponto relevante é a forma como aqueles que abraçavam a fé protestante se auto-identificavam. Dar nome é criar identidade, é estabelecer uma marca. O termo “protestante” raramente foi e tem sido utilizado para identificar os não-católicos no Brasil; ele é mais usado por historiadores e estudiosos da Teologia e da Religião.

Para os missionários era importante adotar um nome que representasse aquela nova experiência vivida no Brasil e que demarcasse a negação do catolicismo. Para isso foi escolhida a expressão “crente em nosso Senhor Jesus Cristo”, ou, numa abreviação, “crente”. O nome caracterizava o processo de conversão, que era a pregação central da mensagem protestante: passava-se da incredulidade e da desobediência a uma nova vida de crença e obediência. Os convertidos começavam assim a se auto-identificar como “crentes”.

No entanto, os missionários norte-americanos também tinham sua identidade, a própria forma de se auto-identificarem: eles eram *evangelicals* ou evangélicos, ou seja, os adeptos do conservadorismo protestante, que desejavam afirmar a sua fidelidade ao Evangelho e não à Ciência ou à razão humana. Essa corrente protestante promoveu o movimento das Alianças Evangélicas em todo o mundo. Eram associações caracterizadas pela teologia dos movimentos pietistas, fundamentalistas e avivalistas e pela busca da união de todos os protestantes a fim de formar uma frente única de combate ao catolicismo – interpretado como empecilho ao avanço missionário iniciado no final do século XVIII. A influência desse movimento alcançou o Brasil expressivamente no início do século XX, com o avanço dos projetos missionários protestantes em todo o mundo, patrocinados pelas Alianças Evangélicas. Muitas denominações brasileiras acrescentaram aos seus nomes a expressão “evangélica” e o termo “crente”, já usado de forma pejorativa, foi substituído por “evangélico” para designar os adeptos e as igrejas não-católicas.

Depois de difundido pela Europa a partir do século XVI, o protestantismo estabeleceu-se nos Estados Unidos por intermédio dos colonos ingleses no século XVII. Estes são os dois pontos de partida das correntes protestantes que instalaram, na América do Sul e no Brasil, a nova confissão cristã. Num primeiro momento, chegaram ao Brasil, vindos do Velho Continente, anglicanos ingleses e luteranos alemães. Eles vieram, a partir dos primeiros anos do século XIX, incentivados pela "abertura dos portos às nações amigas". Mais tarde, ainda nesse século, chegaram ao Brasil fluxos de missionários já então instalados nos Estados Unidos: congregacionais, presbiterianos, metodistas, batistas e episcopais. Posteriormente, já no alvorecer do século XX, foi a vez dos grupos pentecostais.

Esta complexidade, que se aprofunda pela multiplicidade de denominações protestantes, levaria os estudiosos à tentativa de elaboração de tipologias, elas próprias múltiplas e, por suposto, provisórias e insatisfatórias. A dissertação de mestrado já referida, que estudou a configuração identitária do protestantismo brasileiro, levou à adoção de uma síntese própria, em que se buscou realçar as origens das confissões e as formas de sua implantação. O interesse na pesquisa dos fenômenos comunicacionais que envolvem a expressão religiosa evangélica no Brasil conduziu à reelaboração de tal síntese, que pode apresentar a seguinte organização:

a) Protestantismo Histórico de Migração, que tem raízes na Reforma do século XVI, chegou ao Brasil com o fluxo migratório estabelecido a partir do século XIX, sem

preocupações missionárias conversionistas. É representado pelas igrejas Luteranas, Anglicana e Reformada;

b) Protestantismo Histórico de Missão (PHM), também originado da Reforma do século XVI, veio para o Brasil trazido por missionários norte-americanos no século XIX. Corresponde às igrejas Congregacional, Presbiterianas, Metodista, Batista, e Episcopal;

c) Pentecostalismo Histórico, assim chamado por suas raízes nas confissões históricas da Reforma, veio para o Brasil no início do século XX com objetivo missionário. É caracterizado pela doutrina do Espírito Santo, ou seja, pela condição que os adeptos devem assumir de um segundo batismo, o batismo do Espírito Santo, caracterizado pela glossolalia (o falar em línguas estranhas). Composto pelas Igrejas Assembléia de Deus, Congregação Cristã do Brasil e Evangelho Quadrangular;

d) Protestantismo de Renovação ou Carismático, que surgiu a partir de expurgos e divisões no interior das chamadas “igrejas históricas”, em especial na década de 60, caracterizado por posturas influenciadas pela doutrina pentecostal. Mantém vínculos com a tradição da Reforma e com a estrutura de suas denominações de origem. É formado pelas Igrejas Metodista Wesleyana, Presbiteriana Renovada e Batista de Renovação, entre outras;

e) Pentecostalismo Independente que, sem raízes históricas na Reforma do século XVI, surgiu (e surge ainda hoje) de divisões teológicas ou políticas nas "denominações históricas" a partir da segunda metade do século XX. Tem como especificidades sua composição em torno de uma “liderança carismática”, a pregação da Teologia da Prosperidade e da Guerra Espiritual, a prática constante de exorcismos e curas milagrosas e o rompimento com o ascetismo pentecostal histórico. Sua enumeração é difícil dada a profusão constante de novas igrejas: entre outras, Deus é Amor, Brasil para Cristo, Casa da Bênção e Universal do Reino de Deus.

f) Pentecostalismo Independente de Renovação que apareceu no final do século XX e ganha força no início do século XXI. Possui as características do Pentecostalismo Independente (alguns autores tratam este grupo de igrejas integrado ao outro) mas diferem dele por terem como público-alvo as classes médias e a juventude, estruturando seu modo de ser para alcançá-los. Esse modo de ser atenua a ênfase no exorcismo e nos milagres e ressalta a prosperidade e a guerra espiritual. Grupo de igrejas composto pela Renascer em Cristo, Comunidades (Evangélicas, da Graça), Sara a Nossa Terra e Bola de Neve, outras.

Cumpra mencionar que há ainda grupos que, a rigor, não são considerados protestantes pelos estudiosos do assunto, embora aceitos, no senso comum, como tais. São as Igrejas dos Santos dos Últimos Dias (Mórmons), Adventista e as Testemunhas de Jeová. Eles têm como traço comum o fato de originarem-se nos Estados Unidos como fruto de experiências místicas de seus líderes.

É esta, basicamente, a teia complexa que forma o mundo evangélico brasileiro, o qual vem experimentando transformações várias ao longo de sua história, influenciado pelos diferentes contextos sócio-históricos nos quais está inserido.

Portanto, “evangélicos” aqui se refere aos adeptos do cristianismo não-católico-romano que formam o quadro das igrejas do protestantismo brasileiro. Foi entre eles que nasceu a expressão denominada *gospel*, inicialmente relacionada à música mas posteriormente vinculada a outras manifestações de cultura.

O Capítulo 3, que discorre sobre a explosão *gospel* no Brasil (gênese do movimento *gospel* e a explosão dos anos 90), traz uma abordagem da origem estadunidense do termo *gospel* e de sua ressignificação no Brasil. Em síntese, *gospel* (“evangelho”, no inglês) é utilizado para expressar o gênero de música negra norte-americana, nascida no início do século XX nas celebrações de comunidades protestantes negras.

As raízes desse gênero musical remontam ao final do século XVIII, quando os escravos africanos nos Estados Unidos adaptaram hinos religiosos protestantes e injetaram vários elementos de sua tradição musical, tais como os ritmos sincopados e o padrão pergunta-resposta. Assim nasceram os *negro spirituals*, que estão na base de toda a música negra norte-americana, no *blues*, no *ragtime* e nas músicas religiosas populares do movimento urbano do *revival* (“reavivamento”) do século XIX.

A música *gospel* não se inspirou tanto na clássica hinologia protestante. Com bases no movimento *revival*, e a busca de uma religião mais popularizada, ela era mais emocional e espontânea. Havia o canto coral mas também destaque para cantores-solo. Nas origens, o forte tom religioso do gênero restringia o *gospel* ao espaço religioso; no entanto, o alcance de público e a mercantilização do gênero, especialmente a partir dos anos de 1950, fizeram com que a música transcendesse o espaço das igrejas e deixasse de ser “música religiosa” para se transformar em uma força da cultura negra estadunidense.

No Brasil, até os anos de 1990, o uso do termo *gospel* era o mesmo. Ele passa a ser utilizado a partir de então pelo mercado fonográfico evangélico em ascensão para expressar a produção

musical de cunho religioso que adota ritmos contemporâneos, desde o rock e as baladas românticas, tradicionalmente utilizadas como alternativas à música sacra evangélica, até o samba, o pagode, o *funk* e o *rap*. Fala-se, entre os evangélicos, de um movimento *gospel*, que transformou a forma de esse grupo religioso manifestar-se por meio da música.

O movimento *gospel* não é um fenômeno exclusivamente evangélico mas também se refere a outros grupos cristãos, como o católico-romano; portanto, *gospel* não é sinônimo de evangélico. No entanto, este trabalho dedica-se ao estudo do processo entre os evangélicos – e esta é uma das afirmações da tese – porque são os maiores responsáveis pela explosão *gospel* e de sua constituição como expressão de cultura. Não há distinção substancial da expressão entre os católico-romanos, mas seria necessária uma nova pesquisa para avaliar essa dimensão do fenômeno, pois observações preliminares indicam que este grupo religioso segue a trilha do que se manifesta entre os evangélicos com um reprocessamento à luz de suas tradições.

Explicitada a conceituação dos termos relacionados ao objeto da pesquisa, serão introduzidas a seguir as partes que compõem o trabalho e a forma como conduziram à tese de que a explosão *gospel* representa a construção de uma expressão cultural híbrida, fenômeno do capitalismo globalizado.

O *gospel* como elemento da modernidade

A primeira parte deste trabalho representa o resultado de todo o esforço de interrogar a explosão *gospel* no Brasil sob os olhares dos estudos culturais e das ciências da religião. Neste sentido, é necessário registrar que o objeto aqui **não é** a fé religiosa, mas a dimensão histórico-social e cultural que compõe, junto com a significação de fé, a explosão *gospel*. Da mesma forma, os instrumentos utilizados para a reflexão não são teológicos, mas comunicacionais, sociológicos e filosóficos.

Esses foram instrumentos para a busca de explicações e respostas a perguntas que emergiram da observação preliminar do fenômeno *gospel*. Tais perguntas são sintetizadas nas seguintes indagações: como compreender o fenômeno do entrecruzamento de aspectos da tradição protestante com as manifestações de modernidade presentes em propostas pentecostais no fenômeno urbano brasileiro, no avanço da ideologia do mercado de consumo e na cultura das mídias? Como conceituar este entrecruzamento que produz a manifestação cultural aqui denominada cultura *gospel*, que une elementos tão distintos e até passíveis de tensões?

Tornou-se evidente, com essas indagações, que reconhecer o encontro do tradicional e do moderno constituiu-se em algo imperativo no procedimento de pesquisa.

O olhar dos estudos culturais partirá de um conceito de cultura que promoveu a reelaboração do pensamento comunicacional, em especial a partir dos anos 70. Trata-se da passagem de uma teoria fundada no tecnicismo, centrada nos meios, para uma reflexão articuladora das práticas de comunicação com os fluxos culturais, focada nas mediações – o espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, que configura a cultura cotidiana. As análises que relacionam o receptor e o consumidor apenas à mídia referem-se tão-somente aos impactos comportamentais e pouco ou quase nada ao jogo político e cultural em questão. Os novos estudos, ao privilegiarem as expressões de cultura, elegem novos sujeitos e dão vez ao receptor, que passa a ser interpretado não mero ponto passivo de chegada e de depósito de informações. A recepção passa a ser vista como um contexto complexo e contraditório, de muitas perspectivas e dimensões, em que as pessoas vivem o seu cotidiano e é nele que se envolvem em relações de poder estruturais e históricas, as quais extrapolam as suas práticas.

Por outro lado, o estudo desse processo corre o risco de “romantizar” este “poder” do receptor e torná-lo um ser independente, autônomo, que, no processo comunicacional, coloca-se acima das relações de poder que o envolvem. Para escapar dessa possibilidade, o olhar comunicacional deve manter em pauta a questão da hegemonia e ter por horizonte a relação de subordinação presente nas culturas populares, em especial no contexto latino-americano, em que se articulam relações, paradoxais por vezes, de resistência e submissão, de oposição e cumplicidade.

Ao manter à vista o tema da hegemonia, a cultura das mídias emerge como uma cultura hegemônica no contexto do paradigma da globalização e do consumo. O mercado, atravessando os países, ter-se-ia consolidado como uma instância fundamental de produção de sentido. Neste quadro, as massas não importariam mais, e, sim, o mercado. Por isso, a cultura das mídias não deve ser concebida apenas como uma versão atualizada da cultura de massa, mas um novo quadro das interações sociais, uma nova forma de estruturação das práticas sociais marcada pela existência dos meios. Nesse sentido, a midiaticização da sociedade, fenômeno da sociedade global, torna-se a reconfiguração do processo coletivo de produção de significados por meio do qual um grupo social se compreende, se comunica, se reproduz e se transforma a partir das novas tecnologias e meios de produção e transmissão de informação no mundo moderno.

É neste contexto que se busca explicar os processos paradoxais experimentados no interior de grupos sociais que vivem a emergência do novo em meio à preservação do antigo. É o encontro entre o tradicional e o moderno, entre o antigo e o contemporâneo, que gera o conceito de hibridismo cultural, desenvolvido por pensadores estadunidenses, europeus e latino-americanos.

O olhar comunicacional sobre os fenômenos da modernidade contribui com a compreensão da explosão *gospel*? As indicações das ciências da religião nos estudos sobre o cenário evangélico contemporâneo revelam que sim. As culturas da mídia, da urbanidade, do consumo, todas originárias da modernidade, passam a mediar o modo de vida evangélico no Brasil nas últimas décadas. Além delas, os movimentos religiosos contemporâneos que desenvolvem uma teologia e uma prática que respondem aos anseios da sociedade moderna também se convertem em mediações culturais.

Uma descrição analítica sobre as recentes transformações no cenário evangélico, confrontadas com as bases de construção da cultura religiosa evangélica no Brasil, será desenvolvida na primeira parte do trabalho. Ela será encerrada com um conjunto de elucidações que alimentam a compreensão de que o *gospel* é constituído como um modo de vida. Uma delas relaciona-se ao conceito de hibridismo cultural que passará a ser adotado aqui para orientar as análises do fenômeno *gospel*.

Um conceito próprio de hibridismo cultural foi construído visando responder à particularidade da expressão cultural *gospel*, da forma como o moderno convive com o tradicional neste modo de vida. O *gospel* passa a ser classificado como uma cultura híbrida, por resultar do entrecruzamento de aspectos tradicionais do modo de ser protestante construído no Brasil com as manifestações de modernidade presentes em propostas pentecostais, no fenômeno urbano brasileiro, no avanço da ideologia do mercado de consumo e na cultura das mídias. A leitura descritiva e analítica da cultura *gospel* passa a ser, portanto, realizada a partir desse referencial.

O modo de ser *gospel*

Assentado na base teórica dos estudos culturais e das ciências da religião, este trabalho descreverá o fenômeno *gospel* a partir da identificação dos elementos que o caracterizam: a música, o consumo e o entretenimento. Esta descrição será desenvolvida na segunda parte da pesquisa.

Não há farta bibliografia sobre essa expressão contemporânea entre os evangélicos. Escassas são as análises, dispersas em poucos livros, artigos acadêmicos e anais de seminários de estudos. Os trabalhos acadêmicos – marcadamente os das ciências da religião – têm as atenções voltadas para o campo pentecostal. As poucas iniciativas no campo da comunicação seguem o mesmo caminho e insistem na análise da produção midiática evangélica.

Revela-se aberto, portanto, o espaço para a pesquisa da articulação destes aspectos – música, mídia, consumo – que, aliados ao entretenimento, formam o *gospel* como uma expressão cultural. Essa orientação teórica levou à opção metodológica da busca de fontes *gospel* para compreensão do fenômeno; ou seja, além de se recorrer à bibliografia disponível, buscou-se observar e analisar diretamente as produções *gospel*, tais como:

- programas das rádios evangélicas de maior audiência em diferentes horários (Aleluia, Manchete Gospel e Melodia);
- programas de TV (Clip Gospel, Conexão Gospel, Gospel Line, Movimento Jovem, Clip RIT, programação da Rede Gospel, Show da Fé, Espaço Alternativo);
- CDs comercializados pelo mercado fonográfico evangélico produzidos pelos cantores e grupos mais popularizados;
- fitas de vídeo com os shows dos grupos musicais mais populares;
- as principais revistas promotoras da expressão *gospel* (*Eclésia e Enfoque Gospel*, distribuídas em bancas de jornais e revistarias, e *Consumidor Cristão*, de circulação restrita);
- as principais páginas eletrônicas na internet (Gospel Music Café, LouvorNet, Ministério de Louvor Diante do Trono, Associação de Músicos Cristãos, Evangélicos.com, Bible World Net, Aleluia.com); e
- as principais produções literárias de líderes *gospel* (livros e artigos em páginas eletrônicas).

A observação e a análise dessas produções *gospel* foram realizadas de dezembro de 2002 a junho de 2003. Além disso, foram feitas visitas às duas edições da Feira Internacional do Consumidor Cristão, onde foram colhidos depoimentos dos organizadores e de participantes.

Esta pesquisa apresentará, na segunda parte, a construção de um quadro descritivo e analítico da expressão *gospel* e a caracterização do fenômeno como constituinte de um novo modo de vida evangélico que traz em si a conservação de aspectos da tradição protestante brasileira. O

quadro apresenta primeiramente a origem estadunidense do termo e o sentido que lhe foi atribuído no Brasil, além de levantar a memória da gênese do movimento *gospel* no País, basicamente musical, que levou à explosão dos anos 90, que amplia as dimensões do movimento.

Este quadro histórico-conceitual permitirá compreender o significado estabelecido pelos evangélicos em torno da música e seu lugar não só nas práticas de culto mas como mediação entre Deus e seus seguidores. A partir da explosão *gospel* no Brasil, a música religiosa reveste-se de um poder que torna cantores, grupos musicais e participantes de reuniões que a entoam em instrumentos de Deus.

Este quadro se completa pela descrição do duo consumo-entretenimento na configuração do *gospel*. Estes dois elementos são ritos que produzem sentido à experiência religiosa dos evangélicos, além de transformá-los em segmento de mercado, sócios de Deus e membros da sociedade sintonizados com a lógica hegemônica do capitalismo globalizado.

Ao final desta segunda parte também será indicado um conjunto de elucidações comprobatórias da hipótese estabelecida mas ao mesmo tempo instigadoras de novas percepções que ampliam o campo de análise do fenômeno.

Um novo velho modo de vida

Como o *gospel* se manifesta no cotidiano dos evangélicos? Como se revela o hibridismo no jeito de ser evangélico? A pesquisa que gerou a segunda parte do trabalho indicou a constituição desse modo de vida mas não a forma como ele se expressa no cotidiano. Como os evangélicos constroem o modo de vida *gospel* no cotidiano de suas práticas religiosas?

Para responder a esta indagação, o trabalho apresenta dois capítulos que formam a sua terceira parte. Um deles descreve a opção metodológica por um estudo de caso no cenário das transformações provocadas pela explosão da cultura *gospel*, em busca da compreensão de como essa forma cultural se expressa entre os evangélicos. Optou-se por um dos segmentos evangélicos, o Protestantismo Histórico de Missão, por se revelar o que vive de forma mais intensa mudanças estimuladas pelo modo de vida *gospel*.

Razões para esta afirmação serão detalhadas no Capítulo 6, bem como a metodologia e a análise dos dados da pesquisa realizada pelo Grupo de Pesquisa *Discursus*, da Universidade Metodista de São Paulo. O estudo de caso busca comprovar a hipótese de ser o *gospel* uma manifestação cultural híbrida e a percepção do cruzamento de um modo de vida novo no

modo de vida velho. Este estudo, aliado ao conjunto de capítulos descritivos da explosão *gospel* no Brasil, levou à elaboração de um elenco de componentes que caracterizam a cultura *gospel* descritos e analisados no Capítulo 7.

Este elenco de características da cultura *gospel* traz à memória a metáfora encontrada nos escritos bíblicos, adotada como título deste trabalho: “Vinho novo em odres velhos” – união que corrompe, destrói, inviabiliza. É esta a natureza da cultura *gospel*? Uma corrupção, uma anomalia? A conclusão a que a terceira parte do trabalho conduz busca responder a esse questionamento, tendo como meta uma análise não complacente mas crítica do fenômeno. O crítico aqui não significa a condenação da cultura *gospel* mas o resultado de um exercício intelectual que busca ir além do aspecto meramente descritivo e assumir uma atitude crítica ética, especialmente em relação às formas de intimismo, de sectarismo, de exclusivismo religioso e afirmativas do capitalismo globalizado.

Por ser o *gospel* um fenômeno contemporâneo em curso, este trabalho não pode nem se deve pretender conclusivo ou buscar esgotar o tema. A tese aqui defendida procurará responder ao “hoje” do cenário religioso evangélico, que é instituinte e não instituído, ou seja, não é algo acabado mas em construção. A temática continuará viva e dinâmica e esta pesquisa pretende oferecer a ela uma contribuição, ainda que modesta, ao indicar, por meio de uma forma de olhar, as questões que parecem ser fundamentais para a interpretação do processo da explosão *gospel* no Brasil.

PARTE I

ORIENTANDO O OLHAR: REFERENCIAIS TEÓRICOS EM COMUNICAÇÃO, CULTURA E RELIGIÃO

Ao optar pelo estudo de uma expressão cultural religiosa evangélica do Brasil – o que está aqui denominado cultura *gospel* –, este trabalho penetra em dois campos: os estudos culturais e as ciências da religião. Importa, por conseguinte, a dedicação de algumas páginas ao registro das contribuições destes dois campos do conhecimento. No entanto, a inserção de tal registro visa menos à apresentação minuciosa do seu desenvolvimento e de suas variantes e mais aos destaques relacionados aos aspectos que servem de referência teórica ao objeto aqui estudado.

Esta parte do trabalho contemplará dois capítulos. O primeiro será dedicado aos referenciais teóricos dos estudos culturais que deverão contribuir com as análises do objeto; o segundo capítulo trará análises desenvolvidas nos estudos da religião que ajudam na compreensão dos processos que envolveram a configuração da cultura evangélica no Brasil e das transformações no cenário religioso evangélico contemporâneo que mediam a configuração cultural.

Espera-se que estes recursos teóricos sirvam de orientação para o olhar comunicacional dirigido ao fenômeno *gospel*. Uma primeira aproximação sobre o tipo de orientação que eles podem proporcionar será apresentada na forma de “elucidações” a serem descritas ao final desta parte.

CAPÍTULO 1

O REFERENCIAL DOS ESTUDOS CULTURAIS

Apesar de a gênese dos estudos culturais remeter à Inglaterra na década de 1960, na América Latina, e conseqüentemente no Brasil, é recente a adoção desta terminologia como referência para esse campo de reflexão, ainda que os estudos sobre cultura tenham amplo e significativo trajeto no Continente e no País.¹

O interesse dos estudos culturais é definir o estudo da cultura própria da sociedade contemporânea como um campo de análise conceitualmente relevante, pertinente e teoricamente fundamentado. A conceituação de cultura como um processo, uma construção que se inscreve na história e nas relações dos grupos sociais entre si, é elemento-chave para o desenvolvimento das análises.

Estudiosos deste campo relacionam as contribuições de Richard Hoggart e Raymond Williams, professores de literatura que atuavam em classes do operariado na Inglaterra dos anos 50, como fundamentais para o processo que, em 1964, levou à criação do *Centre of Contemporary Cultural Studies*, na Universidade de Birmingham. O CCCS baseava-se nas obras desses dois autores e do historiador Edward P. Thompson. Stuart Hall e Paddy Whannel

¹Luiz Roberto Alves trata deste tema intitulando-o Uma relação ainda incômoda: os estudos culturais e as culturas brasileiras. In: LOPES, Maria Immacolata de Vassalo (Organizadora). *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: Edicon/Intercom, 1997. p. 235-241. No artigo, o estudioso da cultura brasileira e dos processos comunicacionais a ela relacionados busca explicar a não-designação dos estudos da cultura no Brasil como “estudos culturais” por meio do reconhecimento de três elementos: 1) a força dos estatutos científicos e seu lento deslocamento no rumo da interdisciplinaridade; 2) a matéria humano-política do arco-íris cultural brasileiro demanda menos ligação a um quadro teórico de referência do que “a destruição dos véus que encobrem e mistificam a realidade, seguida imediatamente pela tessitura de valores e projetos capazes de criar e recriar projetos de vida na sociedade injusta”; e 3) o encontro dos estudos da cultura no Brasil com a “matéria viva e ativa da memória, do gesto e da luta”, resultado da busca de projetos de vida.

são outros pesquisadores que se integraram ao CCCS e alcançaram projeção com suas reflexões.

Nessa etapa dos estudos culturais, alguns pensadores passaram a ser privilegiados: Georg Lukács (*História e Consciência de Classe*, de 1923), Mikhail Bakhtin (a filosofia da linguagem e as análises da cultura popular), Walter Benjamin, Lucien Goldmann, Jean-Paul Sartre, Louis Althusser (ideologia e o seu papel ativo na reprodução social), Roland Barthes (a especificidade do cultural). Destaque foi dado à obra de Antonio Gramsci e sua concepção de hegemonia.

Toda esta base teórica foi apropriada de forma crítica, daí a originalidade de CCCS, que atingiu o seu auge na década de 1970, sob a direção de Stuart Hall – período que coincidiu com a “era de ouro” da *New Left*. A originalidade dos estudos culturais consistia em apresentar diferentes áreas de pesquisa como, por exemplo, etnografia, *media studies*, teorias da linguagem e subjetividade, literatura e sociedade, e vincular as abordagens a questões suscitadas por movimentos sociais, como o feminista (os estudos feministas já percorriam o caminho das relações de poder entre os sexos e a mídia). Os estudos culturais alimentaram esse trajeto por meio do romance, do cinema, da novela, que passaram a ser estudados sob este *spectrum* tanto por autoras norte-americanas como britânicas: Janice Radway, Laura Mulvey, Ann Kaplan, Tânia Modleski e Charlotte Brundson. A holandesa Ien Ang destaca-se também com estudos neste campo.

Os *media studies* ganharam espaço na década de 1970 dando nova forma aos estudos de recepção. Stuart Hall, em especial, desenvolveu trabalho de refutação dos postulados da análise funcionalista norte-americana e de estabelecimento de uma forma diferente de pesquisa crítica sobre os meios de comunicação, baseada no papel ideológico da mídia e a natureza da ideologia. Hall, no artigo sobre a comunicação televisiva “Encoding and Decoding in Television Discourse”, redigido por volta de 1973, afirmou que a audiência é, ao mesmo tempo, o receptor e a fonte da mensagem. Isto acontece pelo fato de a codificação (produção) ser uma resposta às imagens que a instituição televisiva faz na audiência e a códigos profissionais. Hall admitiu a visão de mundo, a situação vivida, a mediação, como integrantes do processo de decodificação. Para Stuart Hall, a leitura do receptor pode ser hegemônica (quando ele aceita e reproduz a mensagem), negociada (quando o receptor parcialmente partilha da mensagem e às vezes modifica e resiste a ela de acordo com seus interesses) ou de oposição ou contra-hegemônica (oposição direta ao código dominante – o

receptor entende a mensagem mas não a partilha, a rejeita e cria uma alternativa; por exemplo, o movimento feminista).²

A partir daí fortaleceu-se a corrente que reconhecia um papel ativo do receptor como construtor do sentido do que se veicula no processo comunicacional, ganhando destaque a importância do contexto da recepção. A etnografia passou a ser privilegiada nesta base conceitual. O movimento em direção ao receptor obteve assim muitas contribuições como as de Lucien Sfez, Mauro Wolf, Roger Silverstone, John Fiske, Elihu Katz, David Morley, James Curran, James Lull.

Os novos rumos apontaram para referências teóricas importantes nos estudos culturais. Vale mencionar as reflexões do antropólogo norte-americano Clifford Geertz, para quem a cultura é uma rede complexa de significações que confere um sentido comum ou público aos comportamentos e discursos dos atores individuais³; os caminhos percorridos por Michel de Certeau, que trata dos usos e dos modos de fazer, insistindo na capacidade do receptor de desviar, contornar a racionalidade dos dispositivos estabelecidos pela ordem estatal e comercial; e a noção de *habitus* desenvolvida por Bourdier.

As mais recentes contribuições dos estudos culturais adentram as abordagens referentes à pós-modernidade, à globalização, ao multiculturalismo e ao pós-colonismo. Aqui ganham eco as análises de pesquisadores da América Latina que inserem nessas reflexões contemporâneas sobre cultura temas como o consumo, o hibridismo e as mediações. Destacam-se nas bases latino-americanas os trabalhos de Jesús Martín-Barbero e de Nestor García Canclini como os de maior projeção. De outros continentes são referência o já citado Stuart Hall, Homi K. Bhabha, Paul Gilroy, Edward Said, Robert Young, Gayatri Chakrabarty Spivak e Angel Rama, dentre outros.

Esta breve descrição do desenvolvimento dos estudos culturais é aqui apresentada como pano de fundo para a introdução de um elenco de conceitos que emergem das abordagens trabalhadas nesse campo. Esses conceitos tornaram-se referencial e suporte para a reflexão sobre o objeto em questão neste trabalho – cultura religiosa evangélica no Brasil, mais especificamente a cultura *gospel* – e passam a ser analisados e reavaliados a seguir.

² O artigo de 1973 foi reeditado em HALL, Stuart. "Encoding/Decoding". In: CENTRE FOR CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES (Editor). *Culture, Media, Language: Working papers in Cultural Studies*, 1972-1979. London: Hutchinson, 1980. p. 128-138.

³ *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

1.1. O conceito de cultura como ponto de partida

A principal motivação para a gênese dos estudos culturais britânicos foi a adoção de uma postura contrária à abordagem predominante da cultura sob o ponto de vista da hierarquização (refinada/culta, popular/medíocre), originada em escritos do século XIX como os do inglês Matthew Arnold.

Arnold desenvolveu uma compreensão de cultura relacionada a características como “beleza”, “inteligência” e “perfeição”. Para ele, esses valores relacionados à cultura deveriam ser buscados a fim de que o mundo pudesse tornar-se um lugar melhor. Cultura, portanto, seria algo perfeito, refinado, a ser alcançado não por todas as pessoas. A noção de um mundo ideal, uma essência verdadeira a ser atingida fora deste mundo, expressa a idéia platônica que inspira Arnold, explicitamente revelada em sua obra:

... a formação do espírito e do caráter deve ser a nossa real preocupação. (...) A palavra grega εὐφύια, uma “natureza de fina essência”, dá exatamente a noção de perfeição com a qual concebemos a cultura: uma perfeição harmoniosa, uma perfeição na qual as características de beleza e inteligência estão ambas presentes, que une (...) “as duas coisas das mais nobres – doçura e luz”. O εὐφύης é o homem que se inclina à doçura e à luz”; o αφύης, por outro lado, é nosso Filisteu [referência bíblica figurada relacionada a homens bárbaros]. O imenso significado espiritual dos gregos deve-se ao fato de terem sido inspirados por esta idéia central e feliz do caráter essencial da perfeição humana; e a concepção equivocada de cultura de Mr. Bright, como um fragmento do grego e do latim, vem ela mesma, depois de tudo, desta maravilhosa consequência de os gregos terem afetado o próprio mecanismo de nossa educação, e é ela própria um tipo de homenagem a isto.⁴

O caminho trilhado pelos pensadores britânicos na primeira metade do século XX, com os então embrionários estudos culturais, era justamente o oposto ao escolhido por Matthew Arnold. Uma obra que marca forte ruptura com este referencial teórico é *The long revolution*, de Raymond Williams, publicada em 1965. Ele rompe com a tradição literária que coloca a cultura fora da sociedade e reflete e parte da concepção de que ela é um processo sócio-

4 “... the formation of the spirit and character must be our real concern. This is admirable; and, indeed, the Greek word εὐφύια, a finely tempered nature, gives exactly the notion of perfection as culture brings us to conceive it: a harmonious perfection, a perfection in which the characters of beauty and intelligence are both present, which unites (...) 'the two noblest of things, sweetness and light.' The εὐφύης is the man who tends towards sweetness and light; the αφύης, on the other hand, is our Philistine. The immense spiritual significance of the Greeks is due to their having been inspired with this central and happy idea of the essential character of human perfection; and Mr. Bright's misconception of culture, as a smattering of Greek and Latin, comes itself, after all, from this wonderful significance of the Greeks having affected the very machinery of our education, and is in itself a kind of homage to it.” ARNOLD, Matthew. *Culture and Anarchy*. 3. ed. New York: Macmillan and Co., 1882. p. 15. In: UNIVERSITY of Toronto English Library. Disponível em: <<http://www.library.utoronto.ca/utel/authors/arnoldm.html>>. Acesso em: 10 jun. 2003.

histórico que cria e assimila sentidos. Williams rompe também com a vertente redutora do marxismo e defende um marxismo complexo, que torna possível o estudo da relação entre a cultura e outras práticas sociais. A obra que revela esta perspectiva é *Marxismo e Literatura*.⁵

Foi com esse princípio que Raymond Williams empreendeu uma ampla investigação para elaborar sua compreensão de cultura. Ele recorreu à história para assimilar o processo de construção do termo e suas transformações e elencou os diferentes usos nas mais variadas disciplinas e sistemas de pensamento. O resultado dessa investigação encontra-se disseminado em expressiva parcela de sua obra e tornou-se referência para estudiosos da cultura de diferentes campos de investigação.

Os estudos de Williams sobre o termo “cultura” reafirmam a compreensão de que os conceitos são construídos de acordo com o contexto sócio-histórico. Os escritos em *Marxismo e Literatura* tornam públicas essas idéias.⁶ O autor indica os conceitos de sociedade, economia, cultura, como formulações históricas relativamente recentes.

“Sociedade” era compreendida como companheirismo, associação, “realização comum”, antes de se tornar a descrição de um sistema ou ordem geral. “Economia”, do grego *oikonomia*, significava a forma de administração da casa, depois passou a ter o sentido da administração de uma comunidade, antes de tornar-se a descrição de um determinado sistema de produção, distribuição e troca. “Cultura”, antes mesmo dessas transições referidas, nasceu do verbo latino *colere*, relacionado ao crescimento e cuidado de colheitas e animais e, por extensão, ao crescimento e o cuidado das faculdades humanas.

As transformações no termo “cultura” devem-se à articulação com a Filosofia e com a História. Manifestam-se com força com o Iluminismo, assumem outra dimensão com o Romantismo e ganham novos contornos com o Marxismo.

O resultado deste processo, de acordo com Raymond Williams, foi o estabelecimento, na contemporaneidade, de três principais tipos de definição de cultura: (1) idealizado, em que a cultura é compreendida como um estado ou processo da perfeição humana, com base em valores absolutos e universais; (2) documental, relacionado à produção de obras que envolvem a imaginação e o intelecto, e que são produzidos para a posteridade, da mesma forma que o pensamento e a experiência humana – são os “tesouros” da cultura e (3) social (antropológico e sociológico), que relaciona a cultura a um modo de vida global dentro do

⁵ WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

⁶ Cf. Id. *ibid.* p. 17-18.

qual percebe-se um “sistema de significações” essencialmente envolvido em todas as formas de atividade social. Neste tipo de definição, estão incluídos elementos que, para seguidores de outras noções, não são cultura: a organização da produção, a estrutura familiar, a estrutura das instituições sociais, as formas de comunicação social⁷

O que prevaleceu ao longo dos diferentes contextos sócio-históricos, de acordo com os estudos de Williams, foi um sentido mais comum de cultura como bem adquirido por intermédio da educação intelectual e artística, o que constituiu a idéia das “humanidades”, reflexo do “ser culto” em contraposição ao “ser inculto”.

Na obra *Cultura*, em que se dedica ao estudo das manifestações artísticas como expressão de cultura, Raymond Williams indica que já era possível observar certa convergência prática entre (1) o sentido social de cultura como “modo de vida global” e (2) o sentido mais especializado de cultura como “atividades artísticas e intelectuais”. Estas últimas, segundo o autor, devido à ênfase em um sistema de significações geral, passam a ser definidas de maneira muito mais ampla, de modo a incluir não apenas as artes e as formas de produção intelectual tradicionais, mas também todas as “práticas significativas” – desde a linguagem, passando pelas artes e filosofia, até o jornalismo, moda e publicidade – que constituíram esse campo complexo e necessariamente extenso.⁸

Para Raymond Williams, essas variações de sentido no uso da cultura como um termo não devem ser vistas como negativas, algo prejudicial ao estudo da cultura; pelo contrário, têm que ser percebidas como uma complexidade genuína, pois correspondem a elementos da própria experiência: a cultura é dinâmica. Para o estudioso, há uma referência significativa em cada um dos três principais tipos de definição, portanto a relação entre eles deve desafiar a análise da cultura no sentido de que é necessário focalizar o processo como um todo e, então, relacioná-lo aos estudos particulares.

Em suma, as análises decorrentes da ampla investigação de Williams o levaram a um rompimento com a noção elitista de cultura. Seguindo a linha iniciada pelo grupo que fundaria mais tarde o CCCS, a cultura passou a ser interpretada como parte determinante e não só como a parte determinada da atividade social. Cultura é, portanto, compreendida como o processo social geral de dar e assimilar sentidos “comuns” – daí a expressão cunhada por Raymond Williams: “Culture is ordinary”.

7 Cf. WILLIAMS, Raymond. *The Long Revolution*. London: Chatto & Windis, 1961. p. 41-43

8 Cf. Idem. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992. p. 12-13.

A cultura é ordinária: este é o fato mais importante. Toda sociedade humana tem sua própria forma, seus próprios propósitos, seus próprios sentidos. Toda sociedade humana os expressa nas instituições, nas artes e na aprendizagem. O fazer de uma sociedade significa descobrir os sentidos e direções comuns, e o seu crescimento é um debate ativo e um aperfeiçoamento sob as pressões da experiência, do contato e da descoberta, que se inscrevem no território. A sociedade em crescimento está lá, ainda assim ela é também feita e refeita em cada mente individual. O fazer de uma mente é, primeiramente, o lento aprendizado de formas, propósitos e significados. Uma cultura tem dois aspectos: os sentidos e as direções conhecidos, para os quais seus membros são dirigidos; as novas observações e sentidos, que são oferecidos e testados. Esses são os processos ordinários das sociedades humanas e das mentes humanas, e nós vemos por meio deles a natureza de uma cultura: que ela é sempre tanto tradicional como criativa; que ela é tanto os mais ordinários sentidos comuns quanto os sentidos individuais mais finos. Nós usamos a palavra cultura nestes dois sentidos: para significar um modo de vida global – os sentidos comuns e para significar as artes e o aprendizado – os processos especiais de descoberta e esforço criativo. Alguns autores reservam a palavra para um ou outro destes significados; eu insisto em ambos, e no significado de sua conjugação. As questões que eu levanto sobre cultura são questões sobre profundos significados pessoais. A cultura é ordinária em toda sociedade e em toda mente.⁹

Com esta expressão, ele refere-se à cultura como o processo social de dar e receber sentidos – um lento desenvolvimento de sentidos comuns formados por aquelas direções já conhecidas com as quais os sujeitos estão acostumados, mas também pelas novas observações e os novos sentidos que são recebidos e testados. Para Williams, esse processo é comum, ordinário, nas sociedades e nas mentes humanas. Daí a cultura ter a natureza de ser sempre tradicional e

⁹ “Culture is ordinary: that is the first fact. Every human society has its own shape, its own purposes, its own meanings. Every human society expresses these, in institutions, and in arts and learning. The making of a society is the finding of common meanings and directions, and its growth is an active debate and amendment under the pressures of experience, contact, and discovery, writing themselves into the land. The growing society is there, yet it is also made and remade in every individual mind. The making of a mind is, first, the slow learning of shapes, purposes, and meanings, so that work, observation and communication are possible. Then, second, but equal in importance, is the testing of these in experience, the making of new observations, comparisons, and meanings. A culture has two aspects: the known meanings and directions, which its members are trained to; the new observations and meanings, which are offered and tested. These are the ordinary processes of human societies and human minds, and we see through them the nature of a culture: that it is always both traditional and creative; that it is both the most ordinary common meanings and the finest individual meanings. We use the word culture in these two senses: to mean a whole way of life – the common meanings; to mean the arts and learning – the special processes of discovery and creative effort. Some writers reserve the word for one or other of these senses; I insist on both, and on the significance of their conjunction. The questions I ask about our culture are questions about deep personal meanings. Culture is ordinary, in every society and in every mind”. WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary. In: GRAY, Ann, MCGUIGAN, Jim (Editors). *Studies in Culture: An Introductory Reader*. London: Arnold, 1997. p. 5-14. In: WASHINGTON State University. Learning Topics. Disponível em: <<http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/culture-definitions/raymond-williams.html>>. Acesso em: 22 nov. 2002. O ensaio “Culture is ordinary” foi originalmente publicado na obra N. MACKENZIE, MacGibbon and Gee (Editors) *Convictions*, 1958. Recentemente foi republicado também em: RESOURCES of Hope: Culture, Democracy, Socialism. London and New York: Verso, 1989. p. 3-18; HIGGINS, John (Editor). *The Raymond Williams Reader*. Oxford: Blackwell, 2001.

criativa – formada pelos sentidos comuns (do modo de vida global) e pelos processos de descoberta (as artes e a aprendizagem).

1.2. O lado oculto do receptor se revela

O pensamento de Raymond Williams, acima destacado como importante referência teórica na compreensão de cultura que orienta este trabalho, possui, entretanto, um forte componente que se revela limitador: trata da cultura no singular. O historiador do CCCS Edward Thompson foi um crítico da obra de Williams justamente neste aspecto. Ele escreveu *The Making of the English Working Class*, em 1968, como um contraponto à obra *The Long Revolution*, e deu forma a uma nova matriz conceitual. Thompson criticou Williams por permanecer preso a uma tradição literária evolucionista, que aborda a cultura no singular, quando os estudos da história revelam culturas no plural. Para Thompson a história é construída pelas lutas, pelas tensões e pelos conflitos entre culturas e modos de vida, o que se relaciona às formações de classe.

Os teóricos que se embasam na noção de cultura no singular criaram a categoria “subcultura” para explicar modos de vida particulares dentro de uma sociedade.¹⁰ Ou seja, haveria uma cultura global de um determinado grupo social, que se subdividiria em modos de vida particulares como classes sociais, grupos étnicos, grupos religiosos, grupos etários, etc. O objeto em questão neste trabalho – o modo de vida cristão evangélico no Brasil – seria, por exemplo, nessa perspectiva, uma subcultura.

No entanto, a compreensão da cultura como uma produção sócio-histórica, que trabalha os sentidos comuns a partir das relações dos grupos sociais entre si, dificulta a afirmação de que existam subculturas de uma cultura global. O que se toma por subculturas seriam culturas inteiras, sentidos construídos por um determinado grupo social que no processo de relação com outros grupos produzem sentidos comuns que formam o modo de vida de uma sociedade. Portanto, este trabalho quer reafirmar o que alguns teóricos da cultura já indicaram: as sociedades são pluriculturais. Esta pluralidade se manifesta por meio dos focos culturais de naturezas diferentes que, em atividade, se entrecruzam e produzem cultura.

Esse contexto das mutações e das análises culturais que valorizam a subjetividade promoveu um repensar do conceito de mediações, dando maior dimensão à expressão latino-americana dos estudos culturais.

¹⁰ Cf. CUCHE, Danys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 1999. p. 101.

O conceito de mediação é amplamente utilizado nas Ciências Sociais e refere-se: (1) à relação entre duas ou mais partes, sendo todo o processo de intervenção que possibilite a efetivação desta relação; (2) a instrumentais, sendo os instrumentos ou recursos dos quais se pode lançar mão para se analisar e compreender um fenômeno social ou para se elaborar uma teoria; (3) ao ato de canalizar o conhecimento social e os valores culturais de uma agência institucional para uma audiência¹¹

Nos estudos culturais, Raymond Williams trabalha com a noção de mediação quando se refere à relação social inerente a objetos e situações. Quando analisa, por exemplo, a imprensa popular, na obra *Newspaper history: from the 17th century to the present day*, investiga as mediações políticas (formas de agrupamento e expressão do protesto). Williams indica com suas reflexões que se as significações sociais surgem a partir das relações sociais, essas mesmas relações são, portanto, mediações no processo social de significação. As mediações são, pois, relações presentes nas próprias práticas sociais e não algo estranho, externo.¹²

É dessa herança dos estudos culturais que o conceito de mediação é retrabalhado para alimentar o pensamento comunicacional desenvolvido na América Latina, a partir, especialmente, do trabalho de Jesús Martin-Barbero nos anos 80. A definição é aqui expressa nas palavras do próprio pesquisador:

O que eu comecei a chamar de mediações eram aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio. Não havia exclusivamente um indivíduo ilhado sobre o qual incidia o impacto do meio, que era a visão norte-americana. (...) Mediação significa que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana. (...) Então, tentar medir a importância dos meios em si mesmos, sem levar em conta toda essa bagagem de mundo, da vida, da gente, é estar falsificando a vida para que caiba no modelo dos estudos dos meios.¹³

A obra de Martin-Barbero que marca a construção deste novo referencial para os estudos de comunicação na América Latina é *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*, de 1987. Nela ele introduz o tema como uma “aposta”: ele busca mudar o lugar das perguntas; ou seja, investigar “os processos de constituição do massivo (...) a partir das mediações e dos sujeitos, isto é, a partir das articulações entre práticas de comunicação e

11 Cf. O’SULLIVAN, Tim et al. *Conceitos-chave em estudos de comunicação e cultura*. Piracicaba: Unimep, 2001. p. 151.

12 Cf. SOUSA, Mauro Wilton de. Novos olhares sobre práticas de recepção em comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata de Vassalo (Organizadora). *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: Edicon/Intercom, 1997. p. 286.

13 MARTIN-BARBERO, Jesús. Comunicação e mediações culturais. *Revista Brasileira de Comunicação*, São Paulo, vol XXIII, n. 1, p. 151-163, jan./jun. 2000. Entrevista.

movimentos sociais”. Essa inversão se dá, segundo o pesquisador, porque a comunicação tornou-se uma questão de mediações mais do que de meios, questão de cultura, portanto. É por isso que

as mediações são esse lugar de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que se produz na televisão não corresponde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver.¹⁴

Pode-se sintetizar uma definição de mediações como os elementos que operam na produção de sentidos de um indivíduo ou uma coletividade.¹⁵ Seria o espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana.

Essa compreensão passou a determinar a complexidade dos estudos de recepção. Limitar esses estudos à análise da relação do receptor com os meios de comunicação técnicos (a mídia) significa eliminar a perspectiva mais ampla de análise da recepção, que abrange as relações sociais e culturais e suas significações históricas. Isso inclui a mídia mas não depende dela. Nesse sentido, os estudos que envolvem o receptor e o consumidor apenas com a mídia referem-se tão-somente aos impactos comportamentais e pouco ou quase nada ao jogo político e cultural em questão.

A recepção era antes uma dimensão oculta e ignorada pois todo privilégio era dado ao processo da emissão. Os novos olhares dão vez ao receptor, interpretado como sujeito do processo e não mero ponto passivo de chegada e de depósito de informações. Se antes o que se buscava estudar eram os impactos, os efeitos dos meios sobre as pessoas, o que passa a ser alvo maior dos estudos hoje é o que as pessoas fazem com os meios.¹⁶

14 MARTIN-BARBERO, Jesús apud LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Metodologia para o estudo de recepção de telenovelas no Brasil. *Comunicação e Sociedade* 2. São Bernardo do Campo, vol. 14, n. 1-2, p. 93-112, 2000. p. 99.

15 “Operar” é o termo utilizado por Maria Immacolata Vassalo de Lopes para explicar o processo. Para a autora, o termo se aplica diante do fato de as mediações serem dispositivos embutidos em práticas: domésticas, cotidianas, subjetivas, narrativas, profissionais, técnicas. Cf. *Ibidem*. p. 110.

16 No Brasil, Mauro Wilton de Sousa é pesquisador de destaque no campo da recepção, com a produção de trabalhos orientadores desta pesquisa como: *Sujeito, o Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995; A recepção sendo reinterpretada. *Novos Olhares*, São Paulo, n. 1, p. 39-46, 1. sem. 1998; Práticas de recepção midiáticas como práticas de pertencimento público. *Novos Olhares*, São Paulo, n. 1, p. 12-30, 1 sem. 1999; Novos cenários nos estudos da recepção midiática. In: TRIVINHO, Eugênio, LOPES, Dirceu Fernandes (Organizadores). *Sociedade Mediática*. Significação, mediações e exclusão. Santos: Leopoldianum, 2000. p. 77-92; Novos olhares sobre práticas de recepção em comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata de Vassalo (Organizadora). *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: Edicon/Intercom, 1997. p. 277-290. Outra pesquisadora de destaque é Maria Immacolata de Vassalo Lopes com diversas obras já citadas. Destaca-se a pesquisa, realizada em 1997, intitulada “Recepção de telenovela: uma exploração metodológica”, coordenada pela pesquisadora e veiculada na obra LOPES, Maria Immacolata Vassalo de, BORELLI, Sílvia Helena Simões,

Isso indica que a recepção vem sendo trabalhada mais como conjunto de relações sociais e culturais mediadoras da comunicação como processo social. Os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam elementos tanto subjetivos como objetivos, tanto micros (ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macros (estrutura social que escapa a esse controle). A recepção é então um contexto complexo e contraditório, de muitas perspectivas e dimensões, em que as pessoas vivem o seu cotidiano. Ao mesmo tempo, ao viverem no cotidiano, elas se envolvem em relações de poder estruturais e históricas, as quais extrapolam as suas práticas.

Tal compreensão reforça o pensamento de que a produção e reprodução social do sentido envolvida nos processos culturais não é somente uma questão de significação, mas também de poder. O afastamento dessa proposta para uma tendência romantizada, presente em algumas análises, pode fazer com que esses estudos: (1) se restrinjam à defesa liberal da cultura de massas ou da cultura das mídias como cultura do povo; (2) promovam uma defesa descontextualizada dos meios que seriam os possibilitadores de audiências ativas.

A proposta de trabalhar as relações complexas entre comunicação e cultura num denso contexto social e político local deve ter por horizonte a relação de subordinação presente nas culturas populares e subcontinentais, em especial no contexto latino-americano, em que se articulam relações, paradoxais por vezes, de resistência e submissão, de oposição e cumplicidade.

1.3. Culturas no plural: a noção de hegemonia em pauta

A noção de cultura no plural alimentou a corrente dos estudos culturais que tem se dedicado às abordagens do multiculturalismo. O conceito de multiculturalismo foi elaborado a partir do reconhecimento de que as sociedades não são homogêneas no que diz respeito às tradições e às práticas culturais, mas há uma diversidade. Essa diversidade, no entanto, longe de ser elemento desagregador, é componente do processo de inter-relacionamento entre os distintos grupos de uma determinada sociedade, o que envolve relações de poder. Esse reconhecimento gera consequências para a compreensão da cultura: 1) torna necessário repensar a cultura como uma unidade, como algo homogêneo – por exemplo, a noção de “cultura nacional”; 2) torna necessário rever compreensões sobre pluralidade ou diversidade cultural: não apenas

reconhecer as muitas expressões de cultura em uma determinada sociedade mas as relações de poder desiguais entre elas.

Este repensar promovido pela construção do conceito de multiculturalismo coloca mais uma vez em pauta a contribuição de Gramsci e seu conceito de hegemonia. Alguns estudiosos da cultura afirmam que o conceito de hegemonia está defasado em tempos de globalização e reconversão cultural continuada.¹⁷ Gramsci foi referência dos estudos culturais em seus primeiros tempos e a noção de hegemonia é aqui enfatizada como tema-chave da contemporaneidade, o qual permite a manutenção da perspectiva crítica embutida no desenvolvimento desta corrente.

Hegemonia, do grego *eghestai*, significa “conduzir, ser guia, ser líder”; ou também do verbo *eghemoneuo*, significa “ser guia, preceder, conduzir”, relacionado a “estar à frente, comandar, ser o senhor”. Na Grécia antiga, a palavra *eghemonia* referia-se à direção suprema do exército. Hegemônico era expressão relacionada ao chefe militar, ao guia e também ao comandante do exército.

Com base na origem grega, o termo passou a ser freqüentemente usado no campo da política para determinar situações de “domínio”, por meio de coação direta e efetiva. O que se tornou singular na teoria de Gramsci foi que ele conseguiu estabelecer a diferença entre domínio e “hegemonia”. A “hegemonia” passou a ser interpretada como uma complexa combinação de forças políticas, sociais e culturais ativas. Tal conceito está presente em várias obras de Gramsci – é uma preocupação que lhe é constante: como se realiza a hegemonia de uma classe; como se deve alcançar a hegemonia do proletariado; e as questões específicas de manifestação da hegemonia, como em relação ao proletariado na Itália.

O conceito de hegemonia é fundamentado de forma mais ampla na obra *O materialismo histórico e a filosofia de Benedetto Croce*, um dos quatro volumes dos *Cadernos do Cárcere*, notas que Gramsci redigiu na prisão nos anos de 1929 a 1935.¹⁸

O pensador parte da noção de que todo ser humano é filósofo, ainda que de forma simples e popular, pelo mero fato de ser humano, de possuir linguagem, de assumir o senso comum, de aderir a uma religião. E a linguagem é determinante para ele: porque tem a capacidade de falar, o ser humano trabalha sua concepção do mundo (uma consciência que lhe é dada pelo

¹⁷ Ver CULTURA HEGEMÔNICA. In: COELHO, Teixeira. *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Iluminuras, 1997.

¹⁸ Este volume foi traduzido no Brasil sob o título *Concepção dialética da História*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

ambiente em que vive), que lhe oferece influências as mais diversas e contraditórias. Portanto, a consciência do ser humano é resultado de uma relação social, do processo e da dinâmica social, e é uma consciência subordinada, espontânea, não crítica e não consciente do que é e do que pode vir a ser.

Deixando o campo do indivíduo e pensando nos grupos sociais, Gramsci avalia que as classes sociais subalternas têm uma concepção de mundo que lhes é definida pelas classes dominantes, cuja ideologia relaciona-se aos seus próprios interesses e à sua própria função histórica e não aos interesses e à função histórica das primeiras (as classes operária e camponesa). O autor afirma existirem canais que tornam possível que a ideologia das classes dominantes chegue às classes dominadas/subalternas. Esses canais possibilitam que as classes dominantes construam a sua influência e, por conseguinte, as consciências da coletividade e a própria hegemonia. São eles: a escola (profissional para os subalternos; ginásial para os dominantes); a religião; o serviço militar; a mídia (livro, jornal, rádio e cinema); as manifestações do folclore.

Hegemonia para Gramsci é, portanto, o processo que une e conserva unido um bloco social marcado por contradições de classe. Isso é tornado possível por meio da ideologia. Um grupo ou classe é hegemônico, dirigente e dominante quando consegue articular forças heterogêneas, por meio de ações políticas, ideológicas e culturais, e impedir que os contrastes entre essas forças gerem conflitos. A explosão de conflitos, Gramsci conclui, provocaria uma crise na ideologia dominante e uma possível recusa dessa ideologia, o que geraria crise política das forças no poder.

Para ele, o desafio para o ser humano é não aceitar passivamente que a marca da própria personalidade seja estabelecida por elementos externos. Para isso, é preciso elaborar a própria concepção do mundo, de forma consciente e crítica, para ser guia de si mesmo e participar ativa e conscientemente na “produção da história do mundo”. O autor vai além e diz que o ser humano por si só não pode realizar isso com pura reflexão pessoal; esta conquista é resultado de um processo social, de uma formação político-ideológica (e aqui entra o papel do partido).

Essa formação tem que levar em conta a superação da contradição entre ação e concepção do mundo. Isso porque Gramsci considera que ainda que dominadas, as classes subalternas realizam ações reivindicatórias, espontâneas, diante das necessidades efetivas que lhes atingem. Essas ações geram lutas e movimentos que se contradizem com a concepção de mundo que receberam por educação, que induz a uma passividade. Essa contradição passa a

ser marcada pelas ações sem consciência, espontâneas; “espasmódicas, seguidas de estagnação”; “rebeliões desesperadas, seguidas de passividade”.

A formação político-ideológica deve levar as classes subalternas à construção de uma concepção de mundo nova, com unidade entre teoria e prática, entre política e filosofia. Para Gramsci, as classes subalternas permanecerão nessa condição enquanto não avançarem na unificação teoria-prática, concepção-ação. E essa concepção nova deve partir do próprio senso comum, criticando-o, depurando-o e levando-o ao que o autor denomina “bom senso”, que significa a “visão crítica do mundo”.

Gramsci trabalhou essas noções inspirado por Lênin e a sua recusa ao “determinismo mecânico”, isto é, a compreensão de que o ser humano não tem poder sobre si mesmo mas é conduzido por uma força oculta que explica todas as coisas que ocorrem. De acordo com a análise de Lênin, as categorias econômicas haviam-se transformado nessa força determinista que conduz e dirige o destino das pessoas. Nesse caso, não sobra lugar para a iniciativa política e, portanto, para a hegemonia. Contra o determinismo mecânico, Gramsci, com base na reflexão de Lênin, concebe a sociedade como um todo, complexo, que pode ser explicado a partir da economia e das relações de produção e de mercado, mas não redutível à base econômica. Nessa compreensão, as categorias econômicas já são resultado de um processo e estão em processo, assim como outros elementos que compõem a formação social, pois os seres humanos mudam e modificam o seu ambiente.

Aqui reside um ponto crucial na compreensão de hegemonia de Gramsci, que é o fato de que hegemonia se conquista – daí a recusa ao determinismo e a valorização da ação política. A conquista de hegemonia precisa ser entendida como um processo que leva as classes subalternas a perceberem que as concepções aprendidas não correspondem aos seus interesses e a construírem sua concepção autônoma. Hegemonia, nesse sentido gramsciano, não é apenas política, mas também um fato cultural, moral, de concepção do mundo – traduz-se numa reforma intelectual e moral.¹⁹

Quando Gramsci refere-se à hegemonia, ele tem bases em Lênin, que assenta o conceito na ditadura do proletariado – a forma política que expressa o processo de conquista e de realização da hegemonia. Nesse sentido, ela é a capacidade de direção, de conquistar alianças, de fornecer uma base social ao estado proletário. Em resumo, a hegemonia do proletariado

¹⁹ Referência para os estudos culturais britânicos, a noção gramsciana de hegemonia foi trabalhada por Raymond Williams na obra *Marxismo e Literatura*. Williams acrescentou à noção o conceito de contra-hegemonia e de hegemonia alternativa para expressar a insubmissão das classes subalternas e a capacidade delas de subverter e resistir ao processo de dominação. Cf. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. p. 115-116.

realiza-se na sociedade civil, e a ditadura do proletariado é a forma estatal da hegemonia. Isso significa fazer da questão meridional (mentalidade corporativa – luta apenas pelas questões de determinado segmento operariado, por exemplo) uma preocupação nacional (adquirir mentalidade de classe – luta de todo o operariado), aliada a questões de outros segmentos trabalhadores (camponeses, por exemplo).

O tema das alianças é bastante significativo nessa compreensão, pois aqui se coloca o papel do intelectual. Gramsci apresenta o intelectual (o advogado, o professor, o médico, o padre) como elaborador da hegemonia, pois garante o consenso e base às forças dominantes (por meio da persuasão e da educação). Portanto, era preciso encontrar nos intelectuais “liberais avançados” que se abriam às lutas da classe trabalhadora uma mediação, um contato, uma aliança. Isso porque, para Gramsci, a hegemonia se realiza quando descobre mediações (ligações com outras forças sociais), encontra vínculos também culturais e “faz valer no campo cultural as próprias posições”.²⁰

Esse reconhecimento gramsciano da resistência ante o conformismo e da capacidade de colocar em xeque a hegemonia da classe dominante que brotam das ações e das alianças promovidas pelas classes subalternas fez emergir leituras que homogeneizam as culturas subalternas. Essas leituras, distorcidas da obra de Gramsci, apresentam essas culturas como um todo autônomo, como oposição ou alternativa à cultura hegemônica, numa compreensão simplista e até mesmo idealista da forma como as culturas subalternas se configuram.²¹ A distorção se explica porque o que Gramsci diz é o contrário: uma cultura subalterna o é porque não possui consciência de si. Tal cultura é heterogênea, isto é, nela convive a influência da classe dominante juntamente com elementos que brotam da condição de classe oprimida. Portanto, a subalternidade de uma classe se dá porque ela não é autônoma, não é homogênea.

Nesse sentido, a heterogeneidade das classes subalternas se dá pela assunção de elementos da cultura dominante, pela reelaboração deles, articulando-os de modo diferente, mas conservando-se, no todo, no lugar indicado pela cultura hegemônica. Portanto, não há cultura antagonista ou alternativa na visão de Gramsci. As culturas subalternas são algo que se manifesta dentro da cultura dominante, ainda que para resistir a ela e transformá-la.

²⁰ Esta reflexão, iniciada em 1925 com o artigo “La questione meridionale”, foi ampliada com a obra *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

²¹ Daí resultaram as noções de “massa homogênea”, presentes em orientações oriundas da Escola de Frankfurt, que alimentaram muito do pensamento sobre a “cultura de massa” dos anos de 1970-80 e o enfoque maniqueísta e conspirativo em relação às culturas e aos processos de comunicação.

Os críticos que indicam defasagem no conceito de hegemonia como referência contemporânea ignoram o que está contido na proposta gramsciana – e é seu ponto crucial – de que hegemonia não se constrói pelo uso da coação, da força, fazendo com que as pessoas concedam mais poder contra a sua própria vontade. A construção da hegemonia está na busca de consentimento voluntário para os modos de se conceber o mundo que, “coincidentemente”, combinam com os interesses do bloco de poder.

Nos estudos culturais, o conceito de hegemonia é aplicado às investigações de como os sentidos e as atividades cotidianas são organizados e interpretados de tal forma que transformam os interesses do bloco do poder em interesses coletivos, naturais, inevitáveis, indiscutíveis, imutáveis, o que significa uma necessidade aplicada a todas as pessoas. Esses estudos focalizam as instituições consideradas imparciais ou neutras, representantes de todos os segmentos sociais, independentes de classe, raça ou sexo – o Estado, a Lei, o sistema educacional, a família, a mídia –, agências culturais que compõem o espaço no qual a hegemonia se estabelece e se exercita. O bloco de poder que expressa hegemonia por meio das agências é constituído não só pela classe econômica dominante, mas também pelos aliados dessa classe e pelas classes subalternas que percebem seus interesses como idênticos aos dos grupos dominantes.²²

O conceito de hegemonia, construído a partir da proposta de Gramsci como um processo, um complexo de experiências, relações e ações, revela uma dinâmica que opera no campo da consciência e das representações. É por isso que este mesmo conceito foi utilizado por Stuart Hall para inaugurar os estudos de audiência que colocaram a recepção como prática complexa de construção social de sentido. Hall criou o modelo de codificação/decodificação a partir da noção de que cada segmento social tem a própria identidade e o próprio código.²³ Daí a utilização do conceito de hegemonia para examinar os modos de codificação da audiência, as formas como os significados do que é veiculado pela mídia podem ser negociados ou mesmo subvertidos.

A noção de hegemonia aparece hoje na análise multicultural quando são refletidos os processos de incorporação dos diferentes grupos que integram uma sociedade a uma cultura

²² Cf. O’SULLIVAN, Tim et. al. *Conceitos-chave em estudos de comunicação e cultura*. Piracicaba: Unimep, 2001. p. 121-123.

²³ Cf. “Encoding/decoding”. In: CENTRE FOR CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES (Editor). *Culture, Media, Language: Working papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Hutchinson, 1980. p. 128-138.

dominante. Grupos étnicos que estão sob uma mesma nomenclatura que designa a predominância de um dos grupos sobre os outros seriam o caso mais freqüente. No Brasil, por exemplo, a teoria da miscigenação historicamente sufocou as culturas afro e indígenas determinando uma supremacia branca, da colonização, como unificadora desses elementos diversos.

No mundo pós-moderno, globalizado, as sociedades estão cada vez mais fragmentadas/segmentadas em função do mercado e, por isso mesmo, multiculturais – com experiências culturais de naturezas diferentes sendo vivenciadas e intercambiadas. Parafraseando-se Edgar Morin, um indivíduo adulto acorda num domingo pela manhã, lê o jornal dirigido ao segmento A, faz caminhada no parque mais próximo, almoça num restaurante de shopping, aproveita para olhar as últimas novidades das vitrines, visita um centro cultural mantido por uma instituição bancária, participa do culto da comunidade evangélica mais próxima de sua casa e encerra o dia no escritório de seu apartamento, participando de uma sala de bate-papo de um provedor da internet, aberta a homens solteiros de 30-40 anos.²⁴ Como refletir esta dinâmica da contemporaneidade sem desconsiderar as relações de poder e de “subalternidade” que estão nela imbricadas?

O que se percebe é que os estudos mais recentes que ligam cultura e comunicação viveram uma transformação diante da ênfase no papel dinâmico do receptor, da resistência nas táticas e estratégias do cotidiano, e do rompimento com as teorias maquiavélicas e conspiratórias dos dominantes vs. dominados. A partir de meados da década de 1980 os enfoques passaram a ser a subjetividade, etnografia das audiências, as mediações no processo de recepção e o papel do consumidor (inclusive de cultura) como protagonista dos processos sociais. A crítica conseqüente à conspiração e à visão do receptor como elemento passivo promoveu, especialmente na América Latina –, que também vivia o processo de redemocratização política –, uma ruptura com as referências que alimentaram a reflexão até então, e uma busca intensa pelo novo. Jesús Martin-Barbero, e sua teoria das mediações, e Nestor García Canclini, com suas teorias sobre consumo e hibridação cultural, tornaram-se os “papas” dessa nova etapa.

As pesquisas em comunicação, centradas na recepção, embasadas no culturalismo e na teoria das mediações, tenderam, por conseguinte, a dissociar as práticas cotidianas de comunicação

²⁴ Cf. MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX*. O espírito do tempo. Neurose. Vol 1. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984. p. 16.

das relações de poder.²⁵ Nessa nova interpretação, há uma ausência da crítica cultural e política. O modelo das mediações, na busca de ruptura com a abordagem ideológica dos fenômenos de comunicação (Escola de Frankfurt, especialmente), teria se “vacinado” das preocupações com a análise da dominação política e ideológica da comunicação, deslocando o eixo da problemática da comunicação para o da cultura e da subjetividade. Passa-se da sociologia/política e da semiótica para a antropologia e a psicologia como disciplinas de base na análise das mediações. A análise volta-se para a relação sujeito-práticas culturais, passando-se ao risco (muitas vezes concretizado) de compreender a subjetividade como algo autônomo ou conformado apenas por elementos psicológicos e antropológicos desprovidos de carga político-ideológica. Os porquês são descartados para dar vez à descrição dos comos e o quês.

Uma abordagem crítica das culturas contemporâneas não pode descartar a noção de heterogeneidade cultural, com o reconhecimento, em especial no que diz respeito às culturas populares, das articulações nelas presentes de relações, paradoxais por vezes, de resistência e submissão, de oposição e cumplicidade. A noção de hegemonia não como domínio e imposição mas como sedução e convencimento torna-se, portanto, fundamental, principalmente na compreensão do papel da mídia como canal de comunicação e mediação dos processos de negociação cultural.

1.4 A cultura das mídias como cultura hegemônica

No contexto da mudança de paradigmas nos estudos comunicacionais surgiu a noção de cultura das mídias.²⁶ A base da reflexão é que o conceito de cultura massiva já não tem sido suficiente para expressar o que se vivencia na nova conjuntura da comunidade global. A idéia de cultura de massa foi construída a partir da compreensão de que havia um conjunto de objetos produzidos para as massas e consumidos por ela. Ela tem embutida a ênfase numa sociedade em que as maiorias consomem de forma complexa e indiscriminada, subordinadas à indústria cultural, e, conseqüentemente, às classes dominantes que fabricariam produtos sob estratégias de poder econômico e ideológico.

²⁵ Esta crítica é apontada por LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Recepção dos meios, classes, poder e estrutura. *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, n. 23, p. 101-110, jun. 95.

²⁶ Abordagens sobre esta noção podem ser encontradas em: MATA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediatica. *Diá-logos de la comunicación*. Lima, n. 56, p. 80-91, out. 99; BISBAL, Marcelino. Comunicación y cultura: para pensar el massmediatico. *Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas, n. 92, p. 45-55, 4. trim. 95; e KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.

A noção cultura das mídias procura dar conta das transformações do contexto sociopolítico-cultural que atingem a compreensão da cultura de massa. Esse contexto introduziu uma dimensão dinâmica à noção da cultura de massa fazendo-a ir além das bases referenciadas na padronização/estandardização de mensagens/bens e do seu consumo indiscriminado para refletir as configurações de sentido características de situações e momentos determinados: valores, modos de vinculação entre os indivíduos, divisões do tempo, organização do espaço público e do espaço privado, modos de legitimação, etc. Esta alteração no percurso permitiu o reconhecimento da cultura massiva como um estado do desenvolvimento da modernidade.

A cultura das mídias não deve ser concebida apenas como uma versão atualizada da cultura de massa, um estado mais avançado no intercâmbio de produtos culturais com o aprimoramento das tecnologias e instituições dedicadas à produção de mensagens e o uso e consumo dessas tecnologias e meios. Deve ser compreendida, isto sim, como um novo quadro das interações sociais, uma nova forma de estruturação das práticas sociais, marcada pela existência dos meios. Nesse sentido, a mediação da sociedade, fenômeno da sociedade global, precisa ser reconhecida como a reconfiguração do processo coletivo de produção de significados por meio do qual um grupo social se compreende, se comunica, se reproduz e se transforma, a partir das novas tecnologias e meios de produção e transmissão de informação.

A idéia de mediação da sociedade indica que já não é mais possível usar a categoria “massa” para explicar a conjuntura presente. A cultura das mídias vai além ao refletir o paradigma da globalização e do consumo: o mercado, atravessando os países, teria se consolidado como uma instância fundamental de produção de sentido. Neste quadro, as massas não importariam mais, e, sim, o mercado. Na cultura das mídias, diferença e padronização convivem sincronicamente, pois é no âmbito do mercado, base dessa cultura, que os indivíduos e os grupos sociais constroem suas identidades, partilham expectativas de vida, modos de ser, e o poder se torna virtualizado.

Douglas Kellner caracteriza a cultura das mídias como aquela veiculada por meio de imagens, sons, espetáculos, informações, que mediam a construção do tecido social, ocupando o tempo de lazer das pessoas, fornecendo opiniões políticas, oferecendo formas de comportamento social. É uma cultura da imagem que explora a visão e a audição e com isso trabalha com idéias, sentimentos e emoções. Para isso, trata-se de uma cultura de alta tecnologia, o que a torna um setor dos mais lucrativos na economia global. Além disso – e um dado primordial –, a cultura das mídias é parte do mercado, isto é, trabalha como uma indústria que precisa produzir em massa para servir ao mercado em expansão. Os produtos da mídia são, portanto,

a mercadoria que é oferecida com o objetivo de fornecer lucro aos grandes empresários da comunicação, daí a necessidade de grande audiência e de ser eco das aspirações do público.

Kellner adverte que a cultura das mídias não é um “sistema de doutrinação ideológica rígida” que faz com que as pessoas concordem com o capitalismo existente e seus promotores, mas trabalha sim com os “prazeres propiciados pela mídia e pelo consumo”.²⁷ O autor acrescenta:

O entretenimento oferecido por esses meios freqüentemente é agradabilíssimo e utiliza instrumentos visuais e auditivos, usando o espetáculo para seduzir o público e levá-lo a identificar-se com certas opiniões, atitudes, sentimentos e disposições. A cultura de consumo oferece um deslumbrante conjunto de bens e serviços que induzem os indivíduos a participar de um sistema de gratificação comercial. A cultura da mídia e a de consumo atuam de mãos dadas no sentido de gerar pensamentos e comportamentos ajustados aos valores, às instituições, às crenças e às práticas vigentes.²⁸

A consideração sobre a capacidade de resistência dos receptores e de construção de leituras próprias das mensagens fornecidas pela mídia é considerada pelos estudiosos em suas abordagens sobre a cultura das mídias. De acordo com Douglas Kellner, a cultura das mídias deve ser criticada a fim de ser utilizada como mediação pedagógica para a democratização da sociedade. “É tão errôneo dar as costas à cultura da mídia e ignorá-la quanto abraçá-la de modo acrítico”, pois, afinal vive-se na (pós)modernidade e caminha-se para o futuro, diz ele.²⁹ Integra este processo, portanto, a compreensão do que acontece com as culturas nesta relação com a (pós)modernidade.

1.5 Pós-colonialismo e modernidade nos trilhos do debate sobre as culturas: a noção de hibridismo cultural

O termo “hibridismo”, originário das ciências biológicas (o cruzamento de duas espécies diferentes), tem sido utilizado com freqüência, desde as últimas duas décadas do século XX no campo dos estudos culturais. Na Europa e na América do Norte, o termo começou a ser intensamente trabalhado nos anos 80 nos estudos sobre pós-colonialismo e multiculturalismo desenvolvidos por diversos autores, dentre os quais serão destacados aqui Hommi Bhaba e Stuart Hall.³⁰ Na América Latina, o autor que mais se destaca nessa abordagem é Nestor

²⁷ Cf. KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001. p. 11.

²⁸ Id. *ibid.*

²⁹ Cf. Id. *ibid.* p. 430.

³⁰ Respectivamente com as obras publicadas no Brasil: *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2001, e *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

Garcia Canclini, com a obra *Cultura Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade* (1989). O livro é resultado de um exercício de releitura das culturas latino-americanas à luz do fenômeno da pós-modernidade.

A presença da idéia de hibridismo na discussão da cultura não é nova: ela apareceu com força no século XIX e início do XX. Robert Young investiga essas origens e as conecta aos estudos do século XVIII que relacionavam os diferentes grupos humanos como parte do reino animal, à escala hierárquica da Grande Cadeia do Ser.³¹ Os africanos foram colocados na base da família humana, próximos ao macaco, e até se discutia se eles deveriam ser considerados espécies de macacos ou de humanos. De um lado, havia aqueles que defendiam a unidade das espécies humanas, baseados em teorias antropológicas, por exemplo; de outro, estavam os defensores dos ideais colonialistas e escravagistas, que advogavam que os brancos e os negros pertenciam a duas espécies diferentes, idéias que eram corroboradas, por exemplo, por estudiosos do campo da medicina. A idéia de hibridismo apareceu para explicar que as diferentes raças humanas eram resultado de diferentes espécies que se cruzaram. Daí passou-se a desenvolver uma teoria científica sobre mestiçagem e miscigenação para explicar biologicamente o cruzamento de raças ou etnias.

No Brasil, Nina Rodrigues, Arthur Ramos e Afrânio Peixoto, doutores que uniam medicina e antropologia, foram os precursores do pensamento etnográfico brasileiro, fortemente influenciado pelas idéias de Joseph Arthur, conde de Gobineau, que chefiou a missão francesa ao Rio de Janeiro entre abril de 1869 e maio de 1870 e estudou a mestiçagem no Brasil. À época “híbrido” era utilizado para explicar a formação de indivíduos gerados a partir de ato sexual entre pessoas de raças diferentes. Posteriormente, termos foram criados para explicar a mistura das raças: mulato, cafuzo, caboclo.

A investigação de Robert Young demonstra como essas teorias do hibridismo alimentaram o pensamento racista e o de pureza racial, tão fortes na defesa do colonialismo quanto na defesa do arianismo por Hitler. Essas idéias penetraram a teoria social do século XIX e XX com elaborações nada metafóricas da hibridação. De acordo com Young, as bases do pensamento eram os diferentes efeitos da conjunção de corpos díspares – teorias que herdaram aquele conhecimento produzido no século XVIII em relação à interação sexual entre as raças.

Um dos primeiros registros da transposição de “hibridismo” do campo da biologia e da genética para o das culturas encontra-se na obra de Mikhail Bakhtin. Ao estudar os fenômenos

³¹ Cf. YOUNG, Robert. *Colonial desire*. Hybridity in theory, culture and race. London/New York: Routledge, 1995. p. 6-19.

vinculados à linguagem, ele deparou-se com o que ele denominou o “potencial heteroglóstico” da linguagem.³² Segundo o autor a linguagem contém registros, dialetos ou gêneros diferentes, em especial a linguagem falada, que está constantemente formada da intersecção de grupos sociais e sistemas de crenças diferentes.

Ao estudar o gênero literário da novela, que traz em si a diversidade e as contradições da língua falada, Bakhtin indicou que ela é mais estratificada e heteroglóstica; para explicar isso lançou mão de termos como estilização, paródia, polêmica oculta e hibridização. Por hibridização ele entende o processo em que a linguagem, até mesmo numa simples frase, pode ter uma dupla verbalização:

É a mistura de duas linguagens sociais dentro dos limites de uma simples elocução, um encontro, dentro da arena de uma elocução, entre duas consciências lingüísticas diferentes, separadas uma da outra por uma época, por diferenciação social ou por algum outro fator.³³

Bakhtin usa como exemplo de construção híbrida a novela *Don Quixote*, de Cervantes, e sua linguagem da ironia misturada na linguagem clássica. Ele diferencia a hibridização orgânica da semântica: na primeira há mistura e fusão, que forma algo opaco e homogêneo, sem fazer uso do contraste e das diferenças existentes; na segunda, há a dialogicidade, com as diferenças demarcadas em diálogo. “Os híbridos semânticos intencionais são inevitavelmente dialógicos internamente (de forma distinta dos híbridos orgânicos). Dois pontos de vista não estão misturados, mas colocados um contra o outro dialogicamente”.³⁴ Esta forma de hibridização lingüística torna possível a contestação, a disposição das diferenças culturais umas contra as outras, de forma politizada e de forma dialógica. Para o autor, a hibridização no discurso torna possível uma voz desmascarar outra, onde o discurso autoritário é desfeito.

Essa perspectiva de Bakhtin, de subversão da autoridade discursiva, serviu de inspiração para que o termo “hibridação” fosse retrabalhado por autores como Homi Bhaba e Stuart Hall, que buscaram nele uma abordagem crítica ao princípio colonial da pureza ou homogeneidade étnica. Esses autores, e outros da corrente pós-colonialista, criticam o nacionalismo cultural fundado no mito da pureza racial e abordam o hibridismo como a penetração mútua dos pólos renegados pelo discurso colonial: centro e periferia, oprimido e opressor, forças hegemônicas

³² Cf. BAKHTIN, Mikhail. *The dialogic imagination*. Austin: The University of Texas Press, 1981. p. 262-263.

³³ “It is a mixture of two social languages within the limits of a single utterance, an encounter, within the arena of an utterance, between two different linguistic consciousnesses, separated from one another by an epoch, by social differentiation or by some other factor”. BAKHTIN, Mikhail. *The dialogic imagination*. Austin: The University of Texas Press, 1981. p. 358.

³⁴ “Intentional semantic hybrids are inevitably internally dialogic (as distinct from organic hybrids). Two points of view are not mixed, but set against each other dialogically”. BAKHTIN, Mikhail. *The dialogic imagination*. Austin: The University of Texas Press, 1981. p. 358.

e forças subversivas. O “híbrido” não seria um elemento mas um processo resultante do encontro/intercâmbio da periferia com o centro e da periferia com as diferentes periferias. Deste encontro/intercâmbio novas identidades são produzidas resultantes de um processo de negociação cultural.

Em sua obra de maior destaque, *O local da cultura* (coletânea de artigos redigidos nos anos 80 e início dos 90), Homi Bhabha enfatiza o lugar da diferença e da alteridade em meio à prevalência de um discurso colonial da uniformidade. A diferença e a alteridade nunca estão em oposição, de fora, mas são uma pressão, uma presença, agindo de forma constante. O hibridismo, para Bhabha, seria justamente a subversão do conceito de identidade pura dominante por meio da ambivalência estabelecida pela negação, variação, repetição e deslocamento – a recusa da autoridade pura e original.³⁵ Nessa obra, ele não deixa claro que é Bakhtin quem lhe serve de inspiração; cita Derrida, Foucault e Freud como fontes, apesar de toda a perspectiva bakhtiniana da subversão e da dialogicidade tensionadora dos discurso intencional híbrido permear a reflexão.

Em um artigo mais recente Bhabha explicita o seu próprio conceito de hibridismo trabalhado a partir das idéias de Bakhtin:

Na verdade Bakhtin enfatiza o espaço de enunciação onde as negociações de duplicidade discursiva, *às quais não me refiro como dualismo ou binarismo* [grifo do autor], produzem um novo ato discursivo. Em meu próprio trabalho desenvolvi um conceito de hibridismo para descrever a construção da autoridade cultural em meio às condições de antagonismo ou desigualdade política. Estratégias de hibridização revelam um movimento de isolamento na inscrição autoritária do signo cultural. (...) A estratégia ou discurso híbrido abre espaço para negociação na qual poder é desigual mas sua articulação pode ser ambígua. Tal negociação não é assimilação nem colaboração. Ela torna possível a emergência de uma agência ‘intersticial’ que recusa a representação binária do antagonismo social. As agências híbridas encontram sua voz numa dialética que não busca supremacia ou soberania cultural. Elas deploram a cultura parcial, da qual emergem para construir visões de comunidade, e versões da memória histórica, que dão forma narrativa às posições de minoria que elas ocupam; a parte de fora da parte de dentro: a parte no todo.³⁶

³⁵ Cf. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2001. p. 159-162.

³⁶ “Indeed Bakhtin emphasizes a space of enunciation where the negotiations of discursive doubleness *by which I do not mean duality or binarism* [grifo do autor] engenders a new speech act. In my own work I have developed the concept of hybridity to describe the construction of cultural authority within conditions of political antagonism or inequity. Strategies of hybridization reveal an estranging movement in the ‘authoritative’, even authoritarian inscription of the cultural sign. (...) the hybrid strategy or discourse opens up a space of negotiation where power is unequal but its articulation may be equivocal. Such negotiation is neither assimilation nor collaboration. It makes possible the emergence of an ‘interstitial’ agency that refuses the binary representation of social antagonism. Hybrid agencies find their voice in a dialectic that does not seek cultural supremacy or sovereignty. They deploy the partial culture from which they emerge to construct visions of community, and versions of historic memory, that give narrative form to the minority positions they occupy; the outside of the

Homi Bhabha usa a expressão *in-between* (o “estar entre”) para se referir aos espaços proporcionados a partir das estratégias pessoais ou comunitárias de colaboração e contestação que geram novas identidades – no ato de definir a idéia mesma de sociedade. Para o autor, é nestes interstícios (a sobreposição e o deslocamento das diferenças) que os valores culturais, os interesses comunitários e as experiências coletivas de nacionalidade são negociados. Bhabha adverte que o híbrido não é o Um e nem o Outro: “o valor transformador de mudança reside na rearticulação, ou tradução, de elementos que não são nem o Um (a classe trabalhadora como unidade) nem o Outro (as políticas de gênero) mas algo a mais, que contesta os termos e territórios de ambos”.³⁷

Para Homi Bhabha o pós-colonialismo oferece uma lembrança “salutar” das “relações neocoloniais” que estão presentes na “nova” ordem mundial e da divisão do trabalho multinacional. Dentro desta nova ordem há exploração e novas estratégias de resistência, o que dá forma ao hibridismo cultural.

Stuart Hall usa a idéia de hibridismo para criticar a noção de cultura nacional, criada a partir do processo da industrialização e do desenvolvimento da modernidade. Hall indica que o que prevalece nessa noção é a unificação das diferenças – de classe, gênero ou raça – numa identidade cultural, numa grande família nacional. A crítica reside, portanto, em pensar a cultura nacional dessa forma unificadora, uma identidade que “anula e subordina” a diferença cultural. Para sua argumentação contrária a esta compreensão, Hall evoca a formação das nações européias e a imposição de uma hegemonia cultural mais unificada, conquista por conquista – processo também experimentado nas colônias asiáticas, africanas e americanas estabelecidas pelas nações ocidentais modernas. A idéia de nação e de cultura nacional procura anular as diferenças presentes nas expressões culturais dos “conquistados”, e a melhor forma de manifestar isso tem sido na criação da acepção de um “único povo”. Etnia é o termo que passa a ser utilizado para referir-se a essa unidade de características culturais de um povo (língua, religião, costume, tradições, etc).

Stuart Hall nega esta compreensão afirmando que “as nações modernas são, todas, híbridos culturais”. E toma o exemplo da Europa Ocidental:

[ela] não tem qualquer nação que seja composta de apenas um único povo, uma única cultura ou etnia. (...) Como observou Renan, ‘as nações líderes da Europa são nações de sangue essencialmente misto: a França é [ao mesmo tempo] céltica, ibérica e germânica. A Alemanha é germânica, céltica e

inside: the part in the whole”. BHABHA, Homi. Culture’s in-between. In: HALL, Stuart, DU GAY, Paul. *Questions of cultural identity*. London/Thousand Oak/New Delhi: Sage, 1996. p. 58.

³⁷ Cf. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2001. p. 55, 69.

eslava. A Itália é o país onde... gauleses, etruscos, pelagianos e gregos, para não mencionar outros, se intersectam numa mistura indecifrável. As ilhas britânicas, consideradas como um todo, apresentam uma mistura de sangue celta e germânico, cujas proporções são particularmente fáceis de definir.³⁸

O autor descarta, portanto, a idéia da nação como identidade cultural unificada, adotando a noção de hibridismo para considerar que as identidades nacionais não estão livres da diversidade cultural, das divisões e das contradições internas. A partir daí, ele pensa a contemporaneidade, suas expressões pós-modernas e o processo de globalização do mundo menor e das distâncias mais curtas. Com isso estariam surgindo novas identidades – não uma destruição das identidades nacionais mas novas “identificações locais” e novas “identificações globais”.

Um dos fenômenos recentes, fruto dos processos de globalização, são as intensas migrações. Massas de migrantes de países empobrecidos massacrados pela exclusão sistêmica, aliadas a um grande contingente de refugiados políticos, em especial da Ásia e do Extremo Oriente, refugiam-se em busca de sobrevivência nos países ricos do Norte. A consequência deste processo, segundo Stuart Hall, tem sido uma intensificação das “misturas étnicas” nesses países e uma “pluralização de culturas nacionais e de identidades nacionais”. Daí o autor passar a trabalhar com a idéia de formações de identidade que “atravessam e intersectam as fronteiras naturais, compostas por pessoas que foram dispersadas para sempre de sua terra natal”. Tais pessoas têm vínculos com seus lugares de origem e com suas tradições – carregam traços de suas culturas, linguagens e histórias – mas são obrigadas a negociar com as novas culturas nas quais estão inseridas a fim de não perderem completamente sua identidade. Portanto, elas são obrigadas a renunciar ao absolutismo étnico e à “ambição de redescobrir qualquer pureza cultural perdida”.

Para Stuart Hall, essas são culturas híbridas, frutos dos novos tipos de identidade que nascem da pós-modernidade. São identidades da nova diáspora, aquela criada pelas migrações pós-coloniais.³⁹ Ele alerta que há duas posturas em relação ao hibridismo: uma positiva, de que este é fonte criativa de novas formas culturais mais apropriadas à contemporaneidade; e outra mais crítica, que vê nele perigos por conta de sua indeterminação, dupla consciência e relativismo. Hall cita Salman Rushdie, migrante exilado, enraizado na cultura islâmica e

³⁸ *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999. p. 62, 64-65.

³⁹ Cf. HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999. p. 89. Vale lembrar que Hall chama a diáspora pós-colonial de “nova”, pois sua referência é a diáspora do povo judeu – a dispersão/deslocamento da terra de origem experimentada em diversos momentos de sua história desde tempos anteriores a Cristo – marcada pelas narrativas da memória da terra natal, da não-adaptação à nova terra e do sonho de retorno e restauração da terra.

imerso na cultura ocidental européia, que elaborou o seu conceito de hibridismo na defesa de seu livro *Versos Satânicos*, pelo qual foi condenado à morte por grupos radicais islâmicos: “[hibridismo] é a impureza, a mistura, a transformação, que vêm de novas e inesperadas combinações de seres humanos, culturas, idéias, políticas, filmes, músicas. O livro alegra-se com os cruzamentos e teme o absolutismo puro”.⁴⁰

É assim que tanto na perspectiva de Homi Bhabha quanto na de Stuart Hall, partilhadas por outros culturalistas, o hibridismo assume uma perspectiva política, na forma de diferença cultural, uma cultura diferenciada que desafia as normas culturais centrais, dominantes. O hibridismo torna-se, pois, um terceiro elemento que está entre o tradicional e o contemporâneo. Stuart Hall admite as tentativas de reconstrução de identidades purificadas também presentes na contemporaneidade, diante do hibridismo e da diversidade, por meio do ressurgimento do nacionalismo, em especial na Europa Oriental, e do crescimento do fundamentalismo. Eis aí, para o autor, um renascimento da “etnia”.

Numa abordagem latino-americana, Nestor Garcia Canclini encontra na categoria “hibridação” um método para descrever as mutações culturais do continente em tempos de globalização e consumo. Ele usa o termo para expressar o fenômeno da contemporaneidade que são os cruzamentos/inter-relações/mestiçagens/sincretismos resultantes do impacto ou choque do moderno sobre o tradicional, do culto sobre o popular, o massivo, possibilitado principalmente pelo desenvolvimento tecnológico. Canclini trabalha a reflexão a partir da questão: como estudar as culturas híbridas que se desenvolveram como manifestação direta da pós-modernidade? *Culturas Híbridas* tornou-se um paradigma teórico-metodológico para os estudos de cultura na América Latina.

Para Canclini, a modernidade latino-americana “ainda não terminou de chegar”, pois o Continente experimentou vários processos desiguais e combinados de modernidade. É, portanto, necessário elaborar uma reflexão sobre os avanços, as contradições e os fracassos dessa modernidade. Para isso, é preciso uma abordagem interdisciplinar: reunir os saberes dos campos de estudos que se têm debruçado sobre a questão da cultura – antropologia, sociologia, história, comunicação, outros.

O processo de hibridação é descrito por Canclini a partir de três aspectos: a interrupção e a mescla das coleções organizadas ao longo do processo cultural; a desterritorialização dos processos simbólicos; e a expansão dos gêneros considerados “impuros” (o “popular

⁴⁰ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999. p. 92.

massivo”). Na hibridação cultural não se pode dizer que a modernização provoca o desaparecimento das culturas tradicionais nem que o destino dos grupos tradicionais é ficar de fora da modernidade. O problema que se coloca não é conservação e resgate de tradições inalteradas, mas perguntar como elas estão se transformando, como interagem com as forças da modernidade. A urbanização, o consumo, o aparato tecnológico e a mídia são fatores determinantes do processo de hibridação descrito por Canclini.

Uma leitura atenta de *Culturas Híbridas* leva à conclusão de que hibridismo não é o tema central do livro mas sim a modernidade latino-americana, a dinâmica das fronteiras culturais e as apropriações mútuas nas intervenções presentes na fronteira Tijuana/San Diego (México/EUA). Percebe-se, na obra de Canclini, o esforço de inserir a reflexão sobre a diversidade cultural latino-americana – ênfase dos anos 80 – na discussão sobre hibridação desencadeada em outros continentes. O esforço é revelado na despreocupação de conceituar o termo “hibridação” ou “culturas híbridas”, ou seja, na definição da forma como o conceito é usado na obra – há apenas uma nota de rodapé no capítulo introdutório. Nessa nota, Canclini lista os termos correlatos – sincretismo e mestiçagem – e mostra preferência pelo último que abarca as mesclas interculturais, não apenas raciais (limitação do termo mestiçagem), e inclui as formas modernas de hibridação, mais além do sincretismo (termo que se refere na maior parte das vezes a fusões religiosas ou de movimentos simbólicos tradicionais).

A lacuna conceitual tenta ser preenchida em artigos de “defesa” às críticas à obra. Nesses escritos, Canclini explica que elaborou a noção de hibridação como um conceito social que busca definir as mesclas interculturais, tanto na perspectiva “clássica” – como as inter-raciais, inter-religiosas – como nos entrelaçamentos entre o tradicional e o moderno, e entre o culto, o popular e o massivo. Esse conceito se aplica, segundo o autor, devido ao fato de as classes de fusão multicultural se mesclarem e se potencializarem entre si. Canclini acrescenta que para se compreender o termo “hibridação”, na forma como ele trabalha, é preciso a compreensão de que não adquire sentido por si só, mas por meio de uma constelação de conceitos. Os principais são: modernidade-modernização-modernismo, diferença-desigualdade, heterogeneidade multitemporal e reconversão.

O pesquisador denomina o processo de hibridismo como uma reconversão cultural, e recorda ser este um termo elaborado a partir de noção de “reconversão” trabalhada por Pierre Bourdier. Esta idéia, segundo Canclini, ajuda a caracterizar o hibridismo não como uma simples mescla de estruturas ou práticas sociais, mas como o processo de reconversão tanto dos setores hegemônicos quanto dos setores populares que querem apropriar-se dos benefícios

da modernidade.⁴¹ Daí ser possível afirmar que Canclini encontrou na “hibridação” uma categoria auxiliar à reflexão sobre a diversidade cultural então em curso na América Latina. No Continente o termo passou a ser utilizado por Canclini, predominantemente, para expressar a mesclagem do velho e do novo, do tradicional e do moderno, em especial na análise de fenômenos comunicacionais em países como o Brasil, que viveram processo de modernização tardia.⁴² Ficou em segundo plano a perspectiva mais política do uso do termo no que se refere à reconversão para apropriação dos benefícios da modernidade (ênfase do estudo de Canclini).

Apesar de “hibridismo” ter-se tornado conceito-chave para as teorias culturais na contemporaneidade nos mais diversos campos de estudo, não são poucas as abordagens críticas tanto em relação à forma como teóricos utilizam o termo quanto em relação à postura complacente com as questões político-sociais nas quais as mutações culturais em tempos de globalização e consumo estão envoltas.⁴³ Robert Young possui uma perspectiva crítica, freqüentemente citada em recentes abordagens dos estudos culturais na Europa e na América do Norte. Ao investigar o termo, o pesquisador alerta que, sem perceber, a teoria cultural contemporânea está repetindo os padrões de pensamento que definiam cultura e raça há dois séculos. Ao usar o “hibridismo”, os teóricos dos estudos culturais, segundo Young, longe de demarcarem separação do pensamento racista do passado, revelam cumplicidade com ele.

[O termo hibridismo] pode ser usado de diferentes formas, receber diferentes inflexões e referências aparentemente discretas, mas ele sempre reitera e reforça a dinâmica da mesma economia conflitiva cujas tensões e divisões ele reordena em sua própria estrutura antitética. Não há um único, ou correto, conceito de hibridismo: ele muda conforme se repete, mas ele também se repete conforme muda. Ele mostra que ainda estamos presos a partes da rede ideológica de uma cultura que pensamos e presumimos ter superado. A questão é se as velhas categorias essenciais da identidade cultural, ou de raça, eram realmente tão essenciais ou foram construídas de forma retrospectiva como mais solidificadas do que eram. Quando olhamos textos da teoria racial, achamos que são de fato contraditórios, dilacerantes e já desconstruídos. Hibridismo aqui é um termo-chave em que onde quer que

⁴¹ Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Época II. Colima, vol. III, n. 5, p. 109-128, jun 1997.

⁴² Um exemplo pode ser tomado do resultado da pesquisa registrada na obra LOPES, Maria Immacolata Vassallo de, BORELLI, Sílvia Helena Simões, RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela*. Mediações, Recepção, Teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002. Uma das hipóteses teóricas e de trabalho foi: “A telenovela é um gênero representativo da modernização tardia por combinar arcaico e moderno (produto cultural híbrido)”. p. 36.

⁴³ O próprio Canclini elenca críticas e delas “se defende” no artigo Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Época II. Colima, vol. III, n. 5, p. 109-128, jun 1997.

emirja sugere a impossibilidade de essencialidade. Se é assim, ao desconstruir tais noções essencialistas de raça hoje nós podemos estar repetindo o passado mais do que nos distanciando dele ou oferecendo uma crítica a ele.⁴⁴

Com base em uma perspectiva crítica, se Young tem como referência teóricos culturais do Norte, William Rowe, em artigo publicado na *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, questiona o uso “canclínista” do termo “hibridismo” em bases semelhantes.⁴⁵ Ele inicia a abordagem alertando para perigos no fenômeno nas teorias contemporâneas da transferência dos conceitos, os quais passam a atravessar fronteiras geográficas e disciplinares. Sem desconsiderar as possibilidades positivas nesse processo, Rowe destaca as tendências danosas pois, segundo ele, perde-se de vista a história dos conceitos, sua formação, os lugares, tempos e pessoas que o enunciaram. É com base nesta idéia que Rowe rememora que “híbrido” e “mestiço” são utilizados normalmente com um acento pejorativo ou racista. Neste ponto, para o pesquisador, a “operacionalidade do conceito” se choca com os sentidos cotidianos da palavra.

Outro questionamento parte da própria etimologia da palavra e é trabalhado por Irene Machado.

Hybris é sinônimo de ultraje em grego e se refere a mesclas que violam leis naturais. O híbrido é um ultraje para o pensamento que acredita na existência de uma natureza harmoniosa, fonte de equilíbrio, simetria, pureza. O híbrido é formação resultante de espécies diferentes e, por isso, não lhe é dada a condição de fertilidade. Como se pode ver, a acepção que se encontra na raiz grega da palavra pouco tem a dizer sobre o quadro do hibridismo da cultura, a não ser que os híbridos sejam, de fato, considerados anomalias ou monstruosidades impregnadas de negativismo. A grande dúvida, e uma questão não menos complexa, é: contra que lei natural o híbrido cultural se opõe? No âmbito da investigação sociocultural, o híbrido é multicultural porque resulta do encontro de confrontações nas quais uma cultura se impõe sobre outra. Neste caso, a cultura do vencido tem valor de lei natural, em relação com a qual a cultura do vencido pode ser considerada anomalia. (...)

⁴⁴ “It may be used in different ways, given different inflections and apparently discrete references, but it always reiterates and reinforces the dynamics of the same conflictual economy whose tensions and divisions it re-enacts in its own antithetical structure. There is no single, or correct, concept of hybridity: it changes as it repeats, but it also repeats as it changes. It shows we are still locked into parts of the ideological network of a culture that we think and presume that we have surpassed. The question is whether the old essentializing categories of cultural identity, or of race, were really so essentialized, or have been retrospectively constructed as more fixed than they were. When we look at texts of racial theory, we find that they are in fact contradictory, disruptive and already deconstructed. Hybridity here is a key term in that wherever it emerges it suggests the impossibility of essentialism. If so, in deconstructing such essentialist notions of race today we may rather be repeating the past than distancing ourselves from it or providing a critique of it.” YOUNG, Robert. *Colonial desire*. Hybridity in theory, culture and race. London/New York: Routledge, 1995. p. 27.

⁴⁵ Cf. La regionalidad de los conceptos en el estudio de la cultura. *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, Lima-Hannover, n. 50, p 165-172, 2 sem. 1999.

O sincretismo entendido pelo prisma da mentalidade cultural europeia pode ser considerado monstruosidade por resultar da mescla, leia-se impureza. Estudar o campo de forças dessa confrontação foi a arma dos estudos multiculturais. Será esta a única alternativa?⁴⁶

A pesquisadora evoca Bakhtin e sua compreensão de hibridismo como dialogismo num único enunciado, para oferecer uma resposta negativa à sua pergunta. Para Irene Machado, a cultura não é espécie híbrida, uma anomalia, no sentido do determinismo, que não vale para compreensão do hibridismo cultural. A cultura se constrói historicamente graças aos encontros entre elementos formadores de híbridos, ou seja, linguagens, sistemas, signos, mediações. E não são espécies acabadas.

William Rowe, indo além da crítica ao termo, pergunta: se Canclini estuda a intersecção de distintas temporalidades e territorialidades, como ele interpreta os processos? Quais são os modelos (sociais) que baseiam a sua compreensão? Ele referenda um comentário feito sobre a obra de Canclini⁴⁷ que afirma serem as posições do autor de *Culturas Híbridas* “excessivamente otimistas” e que este apresenta os processos mas não os sujeitos, cujo “sofrimento”, “resistência” e desejo por sociedades “alternativas” ficam de fora. Rowe ainda pergunta: em que medida o livro se articula a partir de uma proposta modernizadora tipicamente mexicana?⁴⁸

Esta dimensão alimentou a crítica ao que Maria Cristina Mata denomina “posturas complacentes”, referindo-se à ausência de crítica nas novas teorias culturais latino-americanas ante a abordagem meramente descritiva dos processos.⁴⁹ Ela pergunta sobre o fenômeno do hibridismo, na forma defendida por Nestor Garcia Canclini: “qual o sentido disto que está se vivendo?” Para Maria Cristina Mata, o que importa não é só descrever o fenômeno mas

⁴⁶ MACHADO, Irene. Liminalidad y intervalo: la semiosis de los espacios culturales. *Signa*, Madrid, n. 10, p. 19-40, 2001. p. 25.

⁴⁷ Não é dado crédito ao comentário no artigo de Rowe já citado. Apesar do destaque ao comentário, ele apenas menciona que foi feito em um dos “Talleres sobre mestizaje de Jalla Tucumán”.

⁴⁸ Em outro artigo no mesmo exemplar da *Revista de Crítica Literária Latinoamericana*, Neil Larsen também expressa sua crítica ao conceito de hibridismo da seguinte forma: “La hibridez funciona, como principio ético o simplemente ‘crítico’, sólo en relación negativa a un principio de ‘pureza’ u homogeneidad. En el caso, digamos, de un nacionalismo cultural fundado en un mito de ‘pureza’ racial, la insistencia en los ‘híbrido’ de la cultura tiene un valor crítico obvio. Pero lo culturalmente ‘híbrido’ en relación a una ‘pureza’ menos ideológica o hegemónica – tratándose, por ejemplo, de la protección de los derechos lingüísticos de una minoría étnica – e vuelve un principio básicamente ambiguo. Y en relación a la homogeneidad como propiedad económica – e.g., un alto grado de igualdad en la distribución de la riqueza – la hibridez ya se convierte en principio totalmente inútil, si no sofista. He aquí las limitaciones de una inmanencia textual siempre que el objeto de la crítica no se limite *él mismo* a una forma de identidad abstracta y sincrónica”. LARSEN, Neil. Hacia un “segundo historicismo” en la crítica latinoamerican[ist]a. *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, Lima-Hannover, n. 50, p. 87-90, 2 sem. 1999. p. 89.

⁴⁹ Cf. MATA, Maria Cristina. El consumo desde una perspectiva crítica. *Estudios venezolanos de Comunicación*, Caracas, n. 81, p. 56-59, 1. trim. 93. Entrevista.

analisar o sentido dele para que não se chegue a leituras complacentes como: “que bom, que formidável, que hoje os chicanos têm nos Estados Unidos o seu próprio canal de televisão, quer dizer, têm o seu próprio modo de expressar-se, isto é um avanço no sentido da democratização das comunicações”. Indagar pelo sentido seria perguntar a que Rowe se referiu: aos sujeitos.

Para Maria Cristina Mata, o mero fato de que os chicanos tenham seu canal e recebam mensagens em seu idioma não é garantia de nada: é um avanço na democratização das comunicações ou é uma “formidável estratégia do mercado”, para que eles ampliem sua capacidade de consumo? O desafio da análise crítica e não descritiva seria questionar se na proposta discursiva destes canais de televisão há alguma “alteração do dominante”, se realmente há uma ampliação dos discursos sociais possíveis, ou se é nada mais do que o mesmo em espanhol. Ou seja, não descrever “complacentemente” as novas expressões culturais mas perguntar-se em que os processos como hibridismo cultural estão transformando a vida da maioria da população.

Maria Cristina Mata adverte quanto ao perigo de teorias como a do hibridismo cultural transformarem-se em pensamento tranquilizador:

Assim (...) se desata um processo perverso porque inocenta o campo da cultura massiva, as operações de produção que se realizam com certas tecnologias a partir do poder de emitir e que preconstituem temáticas, modos de consumo e os próprios consumidores. Porque, em suma, aceitando que a hegemonia se constrói com a cumplicidade ou acordo dos setores subalternos, e, inclusive, com a aceitação de sua diferença e oposição, se minimiza o peso das vontades e estratégias hegemônicas que se despregam do campo cultural. (...) Por trás do que geralmente se mostra ou aparece como pensamento crítico – tratando de compreender a cultura de massas, a hibridez cultural, as relações que sujeitos diferenciados estabelecem com ela –, na realidade o que existe é um pensamento tranquilizador. Um pensamento que se compraz em descrever uma série de novos fenômenos, sem advertir que eles não são senão manifestações da mesma cultura que se pretende questionar. Diria que justamente num momento em que sentimos que os meios são tão constitutivos do que somos e do que nos está passando, nos encontramos com o pensamento mais leviano sobre eles que possa haver existido. Com um pensamento meramente descritivo ou de mera complacência. E é neste sentido que creio que o problema não está em saber se podemos saber mais acerca dos meios, mas se podemos saber de outro modo.⁵⁰

⁵⁰ “Así (...) se desata un proceso perverso porque inocenta el campo de la cultura masiva, las operaciones de producción que se realizan con unas ciertas tecnologías desde el poder de emitir, y que preconstituyen temáticas, modos de consumo y a los propios consumidores. Porque en suma, aceptando que la hegemonía se construye con la complicidad o acuerdo de los sectores subalternos, e incluso con la aceptación de su diferencia y oposición, se minimiza el peso de las voluntades y estrategias hegemónicas que se despliegan en el campo cultural. (...) Tras lo que suele mostrarse o aparecer como pensamiento crítico – tratando de comprender la cultura de masas, la

É possível, portanto, concluir, num outro olhar sobre a posição de Maria Cristina Mata, que o pensamento complacente, além de se despir da análise mais densa e da abordagem crítica, elimina as tensões e os conflitos, proporcionando uma mescla harmônica. Podemos relacionar a mesma conclusão ao que foi indicado por Robert Young, em sua crítica à reutilização do termo “hibridismo”, tão caro aos teóricos culturalistas contemporâneos que valorizam a diferença e a pluralidade em oposição à homogeneização harmônica das teorias raciais hegemônicas.

Tal abordagem crítica foi realizada também por Luiz Roberto Alves ao indicar que o conceito de hibridação esconde as lutas sociais e elabora uma mistura conformadora e congeladora. Ele recupera o uso de “hibridismo”, “sincretismo” e “mestiçagem” como um caminho da “folclorização” do social, da cultura nacional harmonizadora de diferenças, na linha trabalhada por Robert Young.

Luiz Roberto Alves recupera a posição de Canclini de que

os estudos sobre hibridação têm desacreditado os enfoques maniqueístas que opunham frontalmente dominadores e dominados, metropolitanos e periféricos, emissores e receptores e, ao contrário, mostram a multipolaridade das iniciativas sociais, o caráter oblíquo dos poderes e os serviços recíprocos que se efetuam em meio das diferenças e desigualdades.⁵¹

Recupera para confrontá-la ao afirmar que a idéia de hibridação apaga as desigualdades e os conflitos delas decorrentes, bem como as lutas e a organização popular como resistência e sobrevivência perante “as modernizações que não produziram justiça para as maiorias, as contradições dos regimes de trabalho, a precariedade dos direitos sociais, as disparidades regionais, os modos trágicos de crescimento das grandes cidades e a brutalidade das políticas fundiárias”. Isto independente de quaisquer processos de hibridação, da história “elitizada e autoritária, colonizada e retórica, tradicional e modernizadora” da América Latina. Para Alves, “reconhecer os sentidos da sociedade elitista e autoritária, a par da capacidade organizatória do povo e seu esforço em dialetizar o poder, não será um trabalho maniqueísta”.

hibridez cultural, las relaciones que sujetos diferenciados entablan con ella, etc. – en realidad lo que existe es un pensamiento tranquilizador. Un pensamiento que se complace en describir una serie nuevos fenómenos, sin advertir que ellos no son sino manifestaciones de la misma cultura que uni pretende cuestionar. Diría que justamente en un momento en que sentimos que los medios son tan constitutivos de lo que somos y de lo que nos está pasando, nos encontramos con el pensamiento más liviano sobre ellos que pueda haber existido. Con un pensamiento meramente descriptivo o de mera complacencia. Y en ese sentido es que creo que el problema no estriba en saber si podemos saber más acerca de los medios, sino si podemos saber de otro modo”. MATA, Maria Cristina apud BISBAL, Marcelino. Comunicación y cultura: para pensar el massmediático. *Estudios venezolanos de comunicación*, Caracas, n. 92, p. 45-55, 4. trim. 95, p. 51-52.

⁵¹ Cf. ALVES, Luiz Roberto. Política de Formação e Formação Política de Gestores para a Comunicação e a Cultura. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Organizadora). *Gestão de Processos Comunicacionais*. São Paulo: Atlas, 2002. p. 133-155.

Não é intenção desta pesquisa esgotar as críticas ao conceito de hibridismo, apenas elencar diferentes abordagens com as quais elas têm sido formuladas. Importa, pois, concluir que o campo dos estudos culturais apresenta hoje uma polaridade: se, por um lado, o conceito de hibridismo é exposto como fundamental ao estudo da cultura contemporânea, por outro ele é rechaçado e apontado como nocivo a uma compreensão ampla e crítica dos processos culturais. O debate continua vivo e dinâmico e este trabalho pretende oferecer a ele uma modesta contribuição.

CAPÍTULO 2

O REFERENCIAL DOS ESTUDOS DE RELIGIÃO

Os estudos de religião no Brasil ganharam expressão no meio acadêmico no século XX principalmente no campo das ciências sociais, com o trabalho desenvolvido por integrantes da escola francesa de “Ciências da Religião” – Roger Bastide, Lévi-Strauss, Émile Léonard – que atuaram na Universidade de São Paulo na primeira metade do século passado. A partir daí, cientistas sociais abriram linhas de pesquisa sobre religião, orientaram projetos e organizaram centros de pesquisa. Surgiram também institutos de pesquisa dedicados ao estudo da religião fora do âmbito universitário.

Inicialmente, os fenômenos do catolicismo e das religiões afro-brasileiras eram os temas privilegiados. Somente na segunda metade do século XX, o protestantismo ganhou espaço nas reflexões, devido, em especial, ao crescimento do pentecostalismo. Nomes como Emílio Willems e Cândido Procópio Ferreira Camargo despontam como pesquisadores nacionais neste campo do conhecimento.

Na passagem do século XX para o século XXI, houve um perceptível avanço da dimensão religiosa e esotérica na sociedade brasileira e a conseqüente adesão de pessoas aos mais diferentes grupos religiosos, o que gerou um desenvolvimento ainda maior das pesquisas no campo das Ciências da Religião.⁵² Consolida-se a contribuição de centros de referência como a Universidade de São Paulo/USP, a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/PUC-SP, a Universidade Metodista de São Paulo/UMESP e o Instituto de Estudos da Religião/ISER, que possuem rico acervo de produção acadêmica.

Os pontos que passam a ser introduzidos neste capítulo como base para a análise do objeto deste estudo – a cultura *gospel* – alimentam-se do conhecimento produzido nas últimas décadas e representam conteúdo compulsório para a reflexão sobre o cenário religioso evangélico no Brasil.

⁵² Sobre o fenômeno religioso no Brasil da passagem do século XX para o XXI ver ROLIM, Francisco Cartaxo, BITTENCOURT Filho, José, HORTAL, Jesus. *Novos Movimentos Religiosos na Igreja e na Sociedade*. São Paulo: Ave Maria, 1996; CALIMAN, Cleto (Organizador). *A sedução do sagrado*. O fenômeno religioso na virada do milênio. Petrópolis: Vozes, 1998; LIBANIO, João Batista. *A religião no início do milênio*. São Paulo: Loyola, 2002.

2.1 A matriz religiosa brasileira e o protestantismo no Brasil

A pluralidade de experiências religiosas no Brasil tem colocado, para os estudiosos da religião, o desafio de compreensão a partir de elementos que ultrapassem a interpretação exclusivamente religiosa e alcancem os chamados fatores sociais. Um dos que defende esta abordagem é o norte-americano Richard Niebuhr, que, ao estudar as origens sociais das denominações cristãs, afirmou:

O que é verdade em ética e política é verdade em teologia. (...) Por trás das divergências de doutrina deve-se procurar as condições que fazem com que ora uma ora outra interpretação pareça mais razoável, ou, ao menos, mais desejável. Considerando a teologia deste ponto de vista, descobrir-se-á como as exigências da disciplina da Igreja, as demandas da psicologia racional, o efeito da tradição social, a influência da herança cultural e o peso dos interesses econômicos desempenham seu papel na definição da verdade religiosa.⁵³

Da mesma forma, Carlos Rodrigues Brandão, ao estudar as manifestações da diversidade religiosa brasileira, concluiu:

O sagrado é uma das dimensões que o político ocupa na formação social para preservar-se a si próprio como uma forma de poder, e para preservar o poder da ordem profana a que serve e de onde retira a sua própria fração de poder religioso.⁵⁴

Com este desafio foi que alguns pesquisadores da religião no Brasil chegaram a conceitos que buscam explicar a existência de referências que são comuns a todas as religiões – em meio a toda a diversidade do contexto brasileiro. A noção de traços comuns em meio à diversidade sociocultural já foi alvo de muitos estudos brasileiros e gerou obras clássicas, como *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda (1ª edição, 1936), e *O Povo Brasileiro. A formação e o sentido do Brasil*, de Darcy Ribeiro (1ª edição, 1996). Os pesquisadores da religião buscaram nos muitos trabalhos produzidos a compreensão das raízes e das referências religiosas na cultura brasileira a fim de explicar a convergência de expressões advindas da experiência religiosa indígena, européia e africana. São conceitos encontrados para explicar este processo:

- Matriz simbólica de uso comum, criado por Carlos Rodrigues Brandão. O pesquisador explica que é sobre tal matriz que cada grupo religioso “faz seu próprio recorte e

⁵³ NIEBUHR, H. Richard. *As origens sociais das denominações cristãs*. São Bernardo do Campo/São Paulo: Instituto Ecumênico de Pós-Graduação em Ciências da Religião/ASTE, 1992. p. 18-19.

⁵⁴ BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Os deuses do povo*. São Paulo: Brasiliense, 1980. p. 295.

combina seu repertório de crenças”. É dentro dela que coexistem todos os deuses e demônios e todas as modalidades de relações entre eles e os homens.⁵⁵

- Elementos básicos da religião popular, desenvolvido por Rubem César Fernandes. Refere-se à composição de um mundo comum a partir de aspectos que estão presentes em todas as religiões brasileiras: natureza, seres humanos, almas dos mortos, divindades positivas e negativas, um Deus soberano. O relacionamento entre as partes varia segundo as diferentes visões.⁵⁶
- Religiosidade mínima brasileira, elaborado por André Droogers. Trata-se do substrato religioso das religiões existentes no “mercado brasileiro”, que garante uma postura religiosa mínima, que pode ser complementada pelas religiões concretas. A mídia é seu maior veículo de expressão, pois traduz por meio dela o que todos pensam e não há debates sobre a sua verdade: o credo mínimo é “Deus e fé”.⁵⁷
- Matriz religiosa brasileira, proposto por José Bittencourt Filho. Diz respeito a um “substrato religioso-cultural” evidenciado a partir de “formas, condutas religiosas, estilos de espiritualidade e condutas religiosas uniformes”. Segundo Bittencourt Filho, o termo “busca traduzir uma complexa interação de idéias e símbolos religiosos que se amalgamaram num decurso multissecular”, portanto é objeto de estudo e não uma categoria de definição.⁵⁸

Esses conceitos têm em comum a noção de que há toda uma cosmovisão que alimenta um sistema de crenças e valores religiosos, que perpassam horizontalmente as diversas expressões religiosas brasileiras e cujas principais crenças são:

- Compreensão de Deus: Deus é um Deus que ajuda, abençoa, ilumina, acompanha, protege. Por isso, Deus é objeto de petições e desejos, capaz dos impossíveis. É um Deus prático. Mas nem sempre sua vontade coincide com a do fiel, que deve aceitar, sem reclamar, o que lhe acontece. Muitas vezes acontecimentos desagradáveis são

⁵⁵ Cf. BRANDÃO, Carlos Rodrigues. O número dos eleitos: religião e ideologia religiosa em uma sociedade de economia agrária no Estado de São Paulo. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, n. 3, p. 53-92, out. 1978, p. 77.

⁵⁶ Cf. FERNANDES, Rubem César. *Os cavaleiros do Bom Jesus: uma introdução às religiões populares*. São Paulo: Brasiliense, 1982. p. 135.

⁵⁷ Cf. DROOGERS, André. A religiosidade mínima brasileira. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, vol. 14, n. 2, p. 62-87, mar. 1988. p. 65.

⁵⁸ BITTENCOURT FILHO, José. *Matriz religiosa brasileira*. Religiosidade e mudança social. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes/Koinonia, 2003. p. 40-41.

interpretados como castigo de Deus, que é capaz de perdoar e curar, dependendo do cumprimento de deveres e obrigações.⁵⁹

- Compreensão da relação com Deus: ela é direta, não necessita intermediações, daí o próprio clero ser dispensável. Deus é amigo, é próximo. Surge com isso uma aversão ao rito e um apego ao culto sem obrigações nem rigor, intimista e familiar.⁶⁰
- Compreensão da oposição divindades positivas vs. negativas: Deus é soberano, portanto, o Diabo não deve ser levado a sério – daí zombaria com ele, que se torna até motivo de fantasia do Carnaval. Essa atitude pode esconder, no entanto, um verdadeiro medo do Diabo. Isso explica o fato de nas religiões concretas o Diabo ocupar lugar destacado, muitas vezes acima de Deus.⁶¹
- Compreensão de fé: pensamento positivo ou otimismo, segurança, confiança. Quem passa por problemas, quem quer vencer na vida, tem que ter fé.⁶²
- Relação com as instituições religiosas: desapego – tendência ao trânsito religioso. O que importa é sentir-se bem em um ambiente religioso. “A vida íntima do brasileiro nem é bastante coesa, nem bastante disciplinada, para envolver-se consciente, no conjunto social. Ele é livre, pois, para se abandonar a todo o repertório de idéias, gestos e formas que encontre em seu caminho, assimilando-os freqüentemente sem maiores dificuldades”.⁶³

É neste contexto religioso que surge o protestantismo brasileiro, ele próprio complexo, plural, desde suas origens, relacionados ao contexto britânico e estadunidense.

Na Inglaterra, raiz do protestantismo norte-americano trazido para o Brasil, as diversas expressões do protestantismo europeu já haviam re-significado muitos dos elementos da Reforma do século XVI, criados por Lutero, Calvino e outros reformadores, e adaptados à realidade da Igreja nacional.⁶⁴ A diversidade de significações, ainda que contraditórias entre si, deu forma a um todo coerente, que revestiu de motivação o empreendimento missionário

⁵⁹ Cf. DROOGERS, André. A religiosidade mínima brasileira. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, vol. 14, n. 2, p. 62-87, mar. 1988; BITTENCOURT FILHO, José, *ibidem*.

⁶⁰ Cf. HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. 12. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1978. p. 110.

⁶¹ DROOGERS, André, *op. cit*.

⁶² *Id. ibid*.

⁶³ HOLANDA, Sérgio Buarque. *Raízes do Brasil*. 12. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1978. p. 112.

⁶⁴ Cf. CUNHA, Magali do Nascimento. *Crise, esquecimento e memória*. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo Brasileiro. Rio de Janeiro, 1997. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Documento). Centro de Ciências Humanas, Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997. Cap. 2.

que levou norte-americanos protestantes, financiados por suas igrejas e por sociedades missionárias autônomas, para a América Latina, África e Ásia a partir do século XIX.

Estes são os dois pontos de partida das correntes protestantes que instalaram, na América do Sul e no Brasil, o protestantismo. Num primeiro momento, chegaram ao Brasil, vindos da Europa, anglicanos ingleses e luteranos alemães.⁶⁵ Eles vieram, a partir dos primeiros anos do século XIX, incentivados pela “abertura dos portos às nações amigas” promovida pelo Príncipe Regente de Portugal, D. João VI. Mais tarde, ainda nesse século, chegaram fluxos de missionários já então instalados nos Estados Unidos: congregacionais, presbiterianos, metodistas, batistas e episcopais. Só posteriormente, já no alvorecer do século XX, que enfim aportam no País os grupos pentecostais.

Como fica relacionada esta complexa teia do protestantismo brasileiro à matriz religiosa brasileira acima descrita? Por comparação, se o Catolicismo promoveu, no seu interior, a acomodação dessa matriz, convivendo com os sincretismos e considerando católicas todas as pessoas alcançadas por sua pregação e pelos seus sacramentos (eucaristia, batismo, crisma, matrimônio, unção dos doentes, penitência, ordem), com o protestantismo foi diferente: a marca foi a rejeição. Ao chegarem ao Brasil, as missões protestantes históricas (congregacionais, presbiterianas, metodistas, batistas e episcopais) desqualificaram as expressões religiosas nativas bem como as diversas manifestações culturais nacionais, ambas estreitamente vinculadas, e interpretadas como atraso e paganismo. A pregação apresentava o protestantismo como única e verdadeira religião, e a postura de negação das manifestações culturais autóctones apresentava as práticas e costumes anglo-saxões como os verdadeiros valores culturais. O pentecostalismo, implantado no início do século XX, adotou a mesma postura.⁶⁶

⁶⁵ Aqui está sendo considerado o processo de implantação definitiva do protestantismo no Brasil. Algumas expressões protestantes já haviam tentado se estabelecer em terras brasileiras no século XVI e no século XVII, mas, diante das circunstâncias de sua implantação – respectivamente, a ocupação francesa do Rio de Janeiro, com a expedição comandada por Villegagnon (1555), para escapar da perseguição religiosa e implantar no Novo Mundo uma nação cristã reformada; e a ocupação holandesa no nordeste do Brasil, em nome da expansão colonialista e capitalista da Companhia das Índias, visando o comércio do açúcar – foram sufocadas pelo poder português. O êxito dos franceses foi simbólico: realizaram o primeiro culto protestante em terras não-européias (10 de março de 1557). Cf. MENDONÇA, Antônio Gouvêa. *O Celeste Porvir. A inserção do protestantismo no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 18-19; e idem. *Evolução histórica e configuração atual do Protestantismo no Brasil*. In: _____, VELASQUES Filho, Prócoro. *Introdução ao Protestantismo no Brasil*. São Paulo/São Bernardo do Campo: Loyola/Ciências da Religião, 1990. p. 25-27.

⁶⁶ Uma abordagem mais aprofundada desta postura foi trabalhada pela autora desta tese em *Crise, esquecimento e memória*. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo Brasileiro. Rio de Janeiro, 1997. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Documento). Centro de Ciências Humanas, Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997. Cap. 2.

No entanto, foi o encontro de elementos marcantes da pregação missionária protestante com a religião mística popular, portadora da matriz religiosa brasileira – como por exemplo, o individualismo (como a devoção aos santos), o utilitarismo (o “fazer por onde” para merecer o favor de Deus) e o igualitarismo (a idéia de que todos pecaram e são iguais perante Deus, face ao mundo desigual que as pessoas pobres enfrentavam) –, que possibilitou a expansão do protestantismo brasileiro. Trata-se de um paradoxo diante da postura de rejeição: os novos “crentes” aderiam à “nova fé” com base nas crenças e nos valores que já lhes eram próprios.⁶⁷

A constatação desse paradoxo relaciona-se à indicação de José Bittencourt Filho em seus estudos, de que a catequese do Protestantismo Histórico de Missão (PHM) não conseguiu desarraigar, entre os seus adeptos, os traços da matriz religiosa. O pesquisador afirma que essas expressões embutidas no inconsciente dos adeptos foram “gradualmente minando a ortodoxia rígida” e eclodiram “nas diversas modalidades de carismatismo que, a partir dos anos de 1960, provocaram profundas cisões internas nas denominações tradicionais”.⁶⁸

Já os pentecostais carregam outro paradoxo, no que diz respeito ao relacionamento com a matriz religiosa brasileira. Ao mesmo tempo em que a combate, a reforça: “ao mesmo tempo que não lhe renega a eficácia simbólica, instaura a guerra santa, afirmando-se como portador de um poderio espiritual superior. Ali o sincretismo é verbalmente combatido, porém é

⁶⁷ “As dificuldades com o espaço fechado pelos católicos nas áreas urbanas, fizeram com que os missionários descobrissem a população livre e pobre, habitante das áreas rurais como a potencial receptora da mensagem protestante. Essa parcela da população brasileira, marcada pela busca de terra e trabalho, quase esquecida pelo catolicismo oficial, dotada de uma mística e uma espiritualidade distantes dos padrões oficiais religiosos, acolheu a pregação protestante fundamentalista, pietista e pré-milenarista e foi responsável pelo crescimento do Protestantismo Histórico de Missão (PHM), pelo menos nos primeiros cinquenta anos de presença no País. (...) A religiosidade da população livre e pobre era bem diferente da que pertencia à classe dominante. As pessoas livres, brancas, mamelucas – que eram pobres –, e as negras libertas tinham pouco contato com o clero, que, por ser escasso, raramente servia às áreas onde se fixavam; por isso, até recusavam este clero e cultivavam sua própria experiência religiosa. Tinham um forte sentido de liberdade, pelo nomadismo, e apegavam-se mais aos santos do que a Deus ou a Cristo.

A pregação protestante de reforço do individualismo (como a devoção aos santos) e do igualitarismo (a idéia de que todos pecaram e são iguais perante Deus, face ao mundo desigual que aqueles pobres enfrentavam) encontrou amplo espaço no mundo rural. A popularidade adquirida pelos missionários foi reforçada pela contraposição aos padres: os missionários não usavam roupas clericais, não estabeleciam relações visíveis com os fazendeiros, hospedavam-se nas casas pobres. Outro aspecto era que o culto protestante podia ser realizado em qualquer lugar e não exigia as despesas apresentadas pelos padres para manutenção das capelas. Era como se Deus caminhasse pela trilha do café com as famílias.

O resultado foi que famílias inteiras passavam pelo processo de conversão e aderiam ao protestantismo, que era propagado à medida que essas famílias mudavam-se e levavam a mensagem consigo, formando novos núcleos”. CUNHA, Magali do Nascimento. *Crise, esquecimento e memória*. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo Brasileiro. Rio de Janeiro, 1997. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Documento). Centro de Ciências Humanas, Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997. p. 88, 108-109.

⁶⁸ BITTENCOURT FILHO, José. Abordagem Fenomenológica. In: ROLIM, Francisco Cartaxo, BITTENCOURT FILHO, José, HORTAL, Jesus. *Novos Movimentos Religiosos na Igreja e na Sociedade*. São Paulo: Ave Maria, 1996. p. 43-44. Na tipologia aqui adotada, o resultado foi o surgimento do *Protestantismo de Renovação ou Carismático*.

praticado sob nova roupagem”.⁶⁹ Aqui, a situação é diferente daquela do PHM. Neste houve simples rejeição, ao classificar as expressões da matriz religiosa como elementos do mal, superstições, atraso. Se os traços da matriz se manifestaram presentes ao longo da história do PHM, não foi por permissão ou acomodação mas por resistência e criatividade dos adeptos diante dos conteúdos impostos pela instituição. A postura pentecostal, por seu turno, foi de reprocessamento da religiosidade matricial, adicionando-lhe valores, isto é, a matriz permanece intacta mas é realocada em novo esquema religioso, biblicamente fundamentado. Os valores estão relacionados à organização daquilo que pertence a Deus e daquilo que está sob o domínio do Diabo.⁷⁰

Uma primeira conclusão, apresentada pelos estudos da religião, a propósito dessa análise é que o sucesso de uma proposta no cenário religioso brasileiro está vinculado à sua aproximação com a matriz religiosa e ao fato de esta aproximação carregar uma linguagem e uma prática condizentes tanto com as aspirações religiosas das majorias como com os fatores sociais que as permeiam (recuperando-se aqui a afirmação de Niebuhr citada no início desta parte). O processo contrário – o distanciamento da matriz – pode significar a pouca adesão a uma proposta religiosa, ou mesmo a sua extinção. Esta seria uma forte causa da estagnação e decadência do PHM em terras brasileiras.⁷¹

2.2 Bases da construção do modo de vida protestante no Brasil: a cultura evangélica

Do ponto de vista cultural, na tentativa de implantação do protestantismo no Brasil, a situação que os missionários estadunidenses encontraram era significativamente diferente daquela vivenciada no país de origem. Em primeiro lugar, nos Estados Unidos a religião havia sido instituída como parte da construção do próprio país; e segundo, os missionários traziam consigo o puritanismo do sul dos Estados Unidos. No Brasil, eles encontraram uma religião já estabelecida e assimilada por quase quatro séculos, num processo de vínculo cultural bastante semelhante ao ocorrido naquele país norte-americano. Os protestantes identificaram o que

⁶⁹ BITTENCOURT FILHO, José. Abordagem Fenomenológica. In: ROLIM, Francisco Cartaxo, BITTENCOURT FILHO, José, HORTAL, Jesus. *Novos Movimentos Religiosos na Igreja e na Sociedade*. São Paulo: Ave Maria, 1996. p. 46.

⁷⁰ Cf. BONFATTI, Paulo. *A expressão popular do sagrado*. Uma análise psico-antropológica da Igreja Universal do Reino de Deus. São Paulo. Paulinas, 2000. p. 58-62.

⁷¹ Cf. BITTENCOURT FILHO, José. *Matriz religiosa brasileira*. Religiosidade e mudança social. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes/Koinonia, 2003. 46-48.

representava o catolicismo na constituição do povo brasileiro e puderam definir o que seria a pregação da nova fé que traziam, um novo sentido para sua atuação no Brasil: impor aos católicos uma nova visão de mundo; salvá-los do ponto de vista religioso e cultural.

A primeira função dos missionários passou a ser o convencimento dos ouvintes de que a religião e a cultura deles eram pagãs e os levariam ao inferno. O anticatolicismo passa a ser uma das grandes características da pregação missionária.

Pode-se assim dizer que a base da construção da cultura do PHM foi a negação das manifestações culturais populares e do catolicismo, a qual pode ser compreendida levando-se em conta duas de suas bases: a herança européia puritana de reforma da cultura popular e o destino manifesto.

2.2.1 A herança européia puritana e o destino manifesto

Na pesquisa de Peter Burke sobre o que ele denominou a reforma da cultura popular na Europa na Idade Moderna, os grupos religiosos são indicados como um dos responsáveis pelo processo que representou o aniquilamento da cultura popular européia. Essa reforma seria a tentativa sistemática de “modificar as atitudes e valores do restante da população ou (...) aperfeiçoá-los”.⁷² Os reformadores tinham objeções particularmente contra formas de religião popular, dramatizações populares, canções, danças, imagética, jogos, festas sazonais e, mais especificamente, o Carnaval. Tanto católico-romanos quanto protestantes expressavam-se contrários às manifestações culturais populares, interpretando-as teologicamente como posturas de paganismo e de licenciosidade em muitos momentos. Os protestantes, porém, iam além e acrescentavam à lista práticas oficiais da Igreja Católica Romana como práticas pré-cristãs.⁷³

Peter Burke indica em seus estudos que os calvinistas eram mais veementes na condenação do que os luteranos, lembrando que Lutero tinha até “relativa simpatia pelas tradições populares” e não se opunha totalmente às imagens ou santos nem ao Carnaval. O movimento puritano, que nasce do calvinismo, representou uma das mais severas expressões contrárias às manifestações culturais populares. Ele foi uma tendência inglesa fortemente inspirada pelos movimentos protestantes de outras regiões da Europa, com os quais os ingleses entraram em contato desde a segunda metade do século XVI.

⁷² BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna*. 2. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1999. p. 231.

⁷³ Cf. Id. *ibid.*, p. 233.

Os puritanos eram grandes estudiosos da Bíblia e reivindicavam reformas na Igreja Anglicana, vista por eles como muito romanizada. Já à época, em razão das perseguições da igreja oficial inglesa, muitos emigraram para a América do Norte a fim de construir uma nova sociedade, mais coerente com suas aspirações, onde passariam a exercer grande influência. A motivação dos puritanos era usar do direito e da liberdade da nova terra para estabelecer um novo Estado puritano que servisse de orientação a todos os cristãos em toda parte do mundo.⁷⁴ Diferentemente dos católicos, que tendiam mais para a “purificação” das festas, por exemplo, os puritanos trabalhavam para sua eliminação.⁷⁵

Os puritanos norte-americanos desenvolveram a crença de ser o povo escolhido por Deus para realizar, espiritual e racionalmente, seus projetos. Assim justificavam a liderança que buscavam obter e a autoridade de que passaram a desfrutar no empreendimento da nova nação americana.

Com base nestas concepções, foram instituídas as significações centrais do protestantismo norte-americano, onde estão calcados, do ponto de vista cultural e ideológico, os principais valores que constituíram o *american way of life*⁷⁶. Ao analisar este processo, Scvan Bercovitch comenta:

Os puritanos forneceram a base bíblica para aquilo que viemos a chamar de o mito da América. Neste sentido, sua influência aparece mais claramente na persistência extraordinária de uma retórica assentada na Bíblia e na forma pela qual os americanos retornam recorrentemente a essa retórica, especialmente em épocas de crise, como uma fonte de coesão e continuidade.⁷⁷

O não-abrasileiramento do protestantismo trazido no século passado deveu-se muito, portanto, aos condicionamentos sociais do protestantismo norte-americano, embutidos nas mensagens e práticas desenvolvidas no Brasil que revelavam a ideologia liberal predominante na sociedade de origem. A visão era de que a sociedade brasileira encontrava-se em estágio inferior de desenvolvimento devido, em grande parte, aos estreitos vínculos com o catolicismo. A

⁷⁴ Cf. CUNHA, Magali do Nascimento. *Crise, esquecimento e memória*. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo Brasileiro. Rio de Janeiro, 1997. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Documento). Centro de Ciências Humanas, Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997. p. 61-62, 64.

⁷⁵ Burke ainda identifica em sua obra a questão descrita nesta parte deste trabalho: o problema que os missionários enfrentavam ao pregar o cristianismo fora da Europa, num quadro cultural estranho. BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna*. 2 ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1999. p. 232.

⁷⁶ Aqui, a conhecida interpretação de Max Weber atinge, sem dúvida, seu clímax: a “ética protestante”, mais do que fundando “o espírito capitalístico”, transformando-se até os mínimos detalhes em modelo absoluto não só da vida privada, mas da organização da vida coletiva (Cf. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1983).

⁷⁷ A retórica como autoridade. In: SACHS, Viola et al. *Brasil & EUA*. Religião e Identidade Nacional. Rio de Janeiro: Graal, 1988. p. 142.

evangelização era o destino manifesto da nação norte-americana com vistas à expansão do modelo liberal – sinal da bênção de Deus – e à libertação do povo brasileiro da ignorância e do subdesenvolvimento.

A partir dos estudos que Antônio Gouvêa Mendonça fez dos relatos oficiais, cartas e diários produzidos pelos missionários protestantes no Brasil, é possível distinguir um quadro da imagem que os missionários tinham do catolicismo brasileiro. Para eles, a Igreja Católica era afetada por uma “cegueira”: os sacerdotes e teólogos desconheciam e abandonavam a Bíblia e os adeptos eram ignorantes quanto à fé. Era uma religião idolátrica, pagã, cheia de superstição e fanatismo, cujo valor era a pompa e a diferenciação entre os ricos e os pobres. Não poderia ser considerada uma confissão cristã porque se havia afastado do Evangelho.⁷⁸

Os protestantes associavam o Catolicismo brasileiro do século XIX ao da pré-Reforma: prática das indulgências, uso mágico dos sacramentos e da figura do papa como corporificação da Igreja e falta de consciência dos membros de pertencimento à Igreja. Os fiéis católicos passam a ser convidados a abandonar o “paganismo” e converterem-se ao “cristianismo”. No Brasil, o espaço não era para uma Reforma, mas para a apresentação de uma alternativa religiosa “verdadeira”.

O anticatolicismo, aliado às práticas e idéias missionárias, levou o PHM a adotar uma visão de mundo predominantemente anglo-saxã. Os missionários traziam outra linguagem e, junto com a doutrina protestante, pregavam também os seus valores culturais. As ilustrações dos textos didáticos, as vestimentas, a postura do corpo, os instrumentos musicais, a hinologia revelavam estilos peculiares aos norte-americanos.

Tudo isto ajuda a indicar a medida do choque que se estabelece entre este protestantismo e as diferentes manifestações culturais brasileiras constituídas pela composição de influências indígenas, negras e euro-ibéricas que, no Brasil, foi capaz de produzir uma imensa variedade de estilos regionais⁷⁹. Para os missionários, as expressões da cultura local estavam tão identificadas com a Igreja Católica Romana que o símbolo do rompimento com o catolicismo passava a ser a ruptura com os valores autóctones.

Para disseminação desses ideais e dessa doutrina, os missionários adotaram basicamente duas posturas: o estabelecimento de comunidades (estratégia proselitista) e o estabelecimento de escolas (estratégia educacional). A implantação de escolas foi a prática escolhida por parte

⁷⁸ Cf. *O Celeste Porvir*: a implantação do Protestantismo no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1984, p. 81-92.

⁷⁹ Uma descrição desta variedade de estilos e de manifestações culturais populares pode ser encontrada na obra de SOUZA, Laura de Mello e. *O Diabo e a Terra de Santa Cruz*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

das missões protestantes, com introdução de métodos pedagógicos modernos e com ênfase na necessidade de modernização e democratização do País. Essa estratégia baseava-se em dois objetivos: transformar a cultura brasileira, modernizando-a e democratizando-a, por meio da formação, entre os membros das classes mais privilegiadas, das futuras elites do País; incrementar a estratégia proselitista de difusão da doutrina protestante entre as camadas inferiores da população. O primeiro objetivo foi perseguido por meio do estabelecimento de colégios e o segundo, com as escolas paroquiais.⁸⁰ No entanto, a elite, que fez uso dos colégios, manifestou-se desinteressada na religião.

A segunda estratégia levou o PHM a caminhos inimaginados pelos missionários. O estabelecimento de comunidades encontrou no início algumas dificuldades. As denominações procuraram fixar-se nas áreas urbanas e não obtiveram boa resposta dos fiéis, especialmente por causa da forte presença física da Igreja Católica. Somente no início do século XX o protestantismo ganharia espaço nessas regiões.

A expansão das congregações ganhou força quando os missionários decidiram buscar alternativas aos obstáculos da cidade e acompanhar a "trilha do café" – os movimentos naturais do avanço pioneiro da população livre e pobre em busca de terra e trabalho⁸¹. Apesar de alguns conflitos com a Igreja Católica nas localidades – interior de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais –, os missionários protestantes conseguiram ganhar adeptos entre a

⁸⁰ Cf. MENDONÇA, A. G. *O Celeste Porvir: a implantação do Protestantismo no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 80. As obras de RAMALHO, Jether Pereira. *Prática Educativa e Sociedade*. Um Estudo de Sociologia da Educação. Rio de Janeiro: Zahar, 1976, e de MESQUIDA, Peri. *Hegemonia norte-americana e educação protestante no Brasil*. Juiz de Fora/São Bernardo do Campo: EDUFJF/Editeo, 1994, apresentam estudos detalhados sobre as características da prática educativa dos colégios protestantes.

⁸¹ Esta categorização "homens livres e pobres" encontra-se nos estudos de FRANCO, Maria Sylvia de Carvalho. *Homens Livres na Ordem Escravocrata*, São Paulo: Ática, 1976. Segundo estes estudos, os homens livres e pobres formavam a maior parte da população rural. Eram excluídos do sistema econômico, então centrado na monocultura de exportação com mão-de-obra escrava. Com o processo gradual de abolição da escravidão, os homens livres e pobres tornam-se necessários ao sistema agrícola brasileiro e, sistematicamente, passam a ser inseridos no sistema juntamente com os imigrantes estrangeiros. Este numeroso grupo de pessoas era composto basicamente por brancos, mulatos, mamelucos pobres e negros alforriados que formavam o setor de serviços da sociedade brasileira. Estavam presentes na cidade e no campo, onde realizavam pequenos trabalhos para sobreviver (os chamados biscates) ou chegavam a possuir pedaços de terra (os chamados sítios) que poderiam ser muito pobres, apenas para subsistência, ou razoáveis extensões com pequeno excedente para comercialização. Um elemento fundamental referente aos "homens livres e pobres" na segunda metade do século XIX era o fato de eles serem despossuídos dos meios de produção. Apesar de muitos possuírem terras (resultado da ocupação de áreas virgens), não tinham meios para ser inseridos no sistema de exportação, ou seja, no sistema capitalista, e atingir a classe dominante. O pequeno excedente que alguns conseguiam alcançar em sua produção não representava uma acumulação necessária para que se alcançasse o nível da grande monocultura escravista dos fazendeiros. Desta forma, ainda que sitiantes, os homens livres eram pobres, e tinham como único bem a terra, que muitas vezes era abandonada pois os ocupantes seguiam em busca de novas terras. Esse fato realça uma característica desse campesinato brasileiro na época, que era o não-apego à terra, mas ao seu cultivo. Os homens livres e pobres que não eram sitiantes constituíam parcerias com os grandes fazendeiros e se estabeleciam como arrendatários nas grandes porções de terra ou mesmo lá viviam apenas com a permissão dos donos. Muitas famílias sobreviviam sob essas condições nas áreas rurais brasileiras na época.

população livre e pobre. A estratégia foi iniciada pelos presbiterianos, que se expandiram na região cafeeira e ali se fixaram definitivamente. Foi a "brecha" encontrada pelos grupos protestantes para a implantação definitiva de sua forma religiosa.

Com isso, o investimento do PHM deu-se na construção de uma identidade comunitária rural. No final do século XIX e no início do XX, as pessoas que viviam no campo eram orientadas por um rígido código moral que procurava manter cada um em seu devido lugar, o que parecia responder perfeitamente às posturas pietistas pregadas pelos missionários; tanto as elites rurais como os pobres eram orientados pela tradição. O bairro rural era um centro de unidade e a liberdade individual era bem limitada. Isolados da sociedade global, dos centros urbanos, os novos crentes poderiam cultivar a nova fé e se expandir.

Em resumo, a educação se dirigiu à elite enquanto a evangelização à massa pobre, o que aconteceu não por estratégia missionária do PHM mas por força da estrutura e da ideologia da sociedade brasileira do século XIX. As motivações que delimitaram o protestantismo estadunidense não eram, portanto, brasileiras. As missões parecem ter chegado ao Brasil com a intenção de atingir as classes dirigentes capazes de mudar a configuração social do País, mas diante de sua “impermeabilidade religiosa” a alternativa foi a massa pobre, configurando um protestantismo comunitário rural, sectário e anticatólico.

2.2.2 Sectarismo: a cultura protestante antipopular

O processo de construção de uma cultura de negação do catolicismo e de racionalização e interiorização da fé por meio da conversão levou o PHM a optar pela recusa das tradições e práticas litúrgicas herdadas da história do cristianismo, que inclui o repúdio ao uso da imagem como mediação material e simbólica na vida das igrejas. A linguagem dos gestos, dos símbolos e das imagens litúrgicas passou a ser associada ao catolicismo e, por isso, descartada. O privilégio estava reservado para a palavra falada.

Peter Burke indica que o ritual e o teatro eram usados pelos protestantes no período inicial da Reforma. No decorrer do tempo, porém, as peças e as imagens perderam importância para os protestantes por três possíveis razões: 1) porque sua tarefa foi considerada encerrada; 2) porque o povo se tornou mais letrado; 3) porque os reformadores, mais rigorosos, que consideravam estas expressões como algo essencialmente mau, conseguiram impor sua vontade aos moderados.

Segundo Burke,

na Europa calvinista, as paredes das igrejas eram brancas e nuas. O teto, o púlpito ou os monumentos fúnebres podiam ser decorados, mas o vocabulário ornamental se reduzia a poucos termos simples: flores, querubins, lembretes da mortalidade, como ampulhetas ou caveiras, ou emblemas, como o grou com uma pedra no pé, simbolizando vigilância. Tanto na área luterana como na área calvinista, muitas vezes vê-se que a igreja ou templo é decorado com textos. (...) Num grau muito maior do que os católicos, a cultura popular protestante era uma cultura da Palavra.⁸²

Foi assim que as construções dos templos protestantes no Brasil, já limitadas no início pela lei imperial, passaram a ter pouca expressão simbólica da fé.⁸³ Por vezes ousava-se utilizar uma cruz. Um templo ou outro admitiu um vitral ou uma torre. Sinos não eram utilizados. Os pastores abandonaram as togas e as estolas e adotaram os ternos. Os santuários passaram a conter apenas o púlpito e a Bíblia.

Na tradição cristã, o valor da imagética foi reconhecido com a construção de toda uma simbologia representada por ícones, cores, vestes. Se o protestantismo da Reforma do século XVI já havia reduzido o uso dos símbolos, em especial os icônicos, no PHM o divino passou a ser representado pela linguagem verbal: os protestantes lêem, cantam, ouvem e, sobretudo, pregam⁸⁴.

O instrumento musical protestante era o órgão, com repúdio aos instrumentos populares de percussão ou cordas. A hinologia – mormente a grande fonte de inspiração espiritual, emocional e de veiculação de conteúdos teológicos – estruturou-se por meio de versões de hinos tradicionais europeus e norte-americanos ou mesmo de canções populares daquelas nações. Isto refletia o sentido de negação das culturas autóctones assumido pelo PHM: o popular anglo-saxão era admitido; o latino, não⁸⁵.

A ética puritana de restrição dos costumes ganhou, no PHM, uma nova significação: era uma forma de comunicar a negação do catolicismo e marcar a identidade protestante. O vestuário formal, a Bíblia em punho na caminhada para o culto ou para outras atividades da igreja e o exercício da moralidade protestante – como a guarda do domingo exclusivamente para o serviço da igreja, a abstinência da bebida alcoólica, do fumo, da participação em festas dançantes e populares, em especial o Carnaval, e dos divertimentos populares como o teatro, o cinema, a música popular⁸⁶ – significavam que os “crentes” acreditavam que assim estariam “mostrando ao mundo” que tinham a Jesus como único Senhor de suas vidas. Porém, não

⁸² BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna*. 2. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1999. p. 251-252.

apenas o testemunho aos outros era visado, senão o que se deveria prestar, em qualquer circunstância, a si mesmo.

Os missionários que implantaram o PHM no Brasil adotaram uma espécie de uniformidade na propagação desses elementos da fé protestante (teologia, costumes, forma do culto) mas, ao mesmo tempo, mantiveram o espírito divisionista. No Brasil, isso se configurou e se consolidou por meio da conversão de uma cultura religiosa para outra, o que significou que o fato de ser minoria levava os grupos protestantes a reforçarem sua coesão interna, com base em racionalidades religiosas. Dessa forma, a característica cismática e divisionista do protestantismo encontrou espaço no Brasil e provocou muitos conflitos. Havia concorrência entre as denominações, agravada pela passagem de fiéis e pastores de uma para outra e pelas polêmicas, como por exemplo, em relação aos batistas, que rebatizavam os fiéis que se transferiam de outras igrejas protestantes.

Outro problema que provocou cismas e conflitos surgiu das relações entre as igrejas protestantes brasileiras e os missionários estrangeiros. Muitas lideranças brasileiras passaram a ressentir-se das formas de tutela dos norte-americanos: autoritarismo, incompreensão dos hábitos nacionais e demonstração de superioridade étnica (os brasileiros eram tratados como "nativos", por exemplo). A primeira das grandes denominações a experimentar uma divisão, como fruto de conflitos desta natureza, foi a Igreja Presbiteriana. Os conflitos com os missionários, somados à polêmica interna quanto à possibilidade de "crentes" integrarem a maçonaria, geraram tensões que resultaram na fundação, em 1903, da Igreja Presbiteriana Independente. Os presbiterianos experimentariam outras cisões no decorrer do século XX.

O divisionismo era fonte de outro problema: o institucionalismo excessivo. Havia um rito de ingresso rigoroso para os convertidos. Para integrar o livro de membros (fruto da necessidade de auto-identificação por causa da concorrência entre as várias denominações), os convertidos

⁸³ O texto da Constituição de 1823 registra em relação à religião no País: "Artigo 5 - A religião Católica Apostólica Romana continuará a ser a religião do Império. Todas as outras religiões serão permitidas com seu culto doméstico ou particular, em casas para isto destinadas, sem forma alguma exterior de templo". REILY, Duncan Alexander. *História Documental do Protestantismo no Brasil*. São Paulo: ASTE, 1984. p. 28.

⁸⁴ ALVES, Rubem. *Protestantismo e Repressão*. São Paulo: Ática, 1979. p. 131-132; BURKE, Peter, op.cit, p. 238-239.

⁸⁵ Cf. ALVES, R. Ibidem. p. 103-105, 131-132. Esta postura difere, por exemplo, da estratégia assumida por Lutero na Europa, relatada por Peter Burke. Lutero, evitando um rompimento com as tradições culturais, utilizava canções populares na nova hinologia protestante que organizava, substituindo as letras por conteúdos religiosos, mas mantendo as melodias. Esta prática de Lutero encontrava resistências entre os reformadores. Cf. BURKE, Peter. Ibidem. p. 246-249.

⁸⁶ Peter Burke indica a moral como uma grande objeção à cultura popular. As festas eram denunciadas como ocasiões de pecado, de embriaguez, glotonaria e luxúria, estimulando a submissão à carne e ao Diabo. Cf. BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna*. 2. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1999. p. 235-236.

eram observados por um período (para oferecerem evidências de que houve uma conversão à nova fé) e depois submetidos a exames de experiência e conhecimentos religiosos. Muitas pessoas eram reprovadas, e as aprovadas deveriam assumir compromissos formais perante a igreja reunida de adotar um comportamento frente a sociedade em geral que demonstrasse sua nova opção religiosa. A congregação então passava a exercer o papel de vigilância por meio de uma rigorosa disciplina. “O ingresso numa igreja protestante significa o rompimento com a cultura, às vezes até com laços familiares”⁸⁷.

Nas áreas rurais, a convivência de familiares e vizinhos normalmente dava-se nos domingos e feriados e no trabalho dos mutirões comunitários. Havia, nesses dias, muita festa com bailes, jogos de competição, bebida alcoólica – práticas repudiadas pelos protestantes, que deveriam repelir o ócio, não guardar os feriados santos, reservar o domingo para o culto, não ingerir álcool, não dançar ou cantar cânticos populares (símbolos do profano). Dessa forma, os protestantes se afastavam da convivência comunitária. “A ética surge como normas do provisório, como modo de vida da espera e da recusa, da desqualificação do mundo”.⁸⁸ Esse modo de ser e viver afastava os protestantes do universo em que viviam: terminavam tornando-se grupos pequenos e fechados. Para os católicos, os protestantes eram “os de fora”, e vice-versa.

Outro fator crítico enfrentado pelo PHM era o racionalismo. Apesar de ter encontrado espaço entre a população pobre e analfabeta das áreas rurais brasileiras, o PHM parece não se ter adaptado à nova realidade e manteve uma prática intelectual que lhe era própria nos Estados Unidos. Trata-se de uma visão que, como já afirmado, repudiava o “intelectualismo” – no sentido de todo discurso elaborado que visasse a substituir a Palavra, difundida por ela mesma – mas não a influência racionalista – que afastava a emoção e o desejo por meio de um controle ampliado sobre a subjetividade. Nesse sentido, o culto protestante era discursivo e racional: nas palavras de Antônio Gouvêa de Mendonça, “mais uma aula do que um encontro com o sagrado”.⁸⁹ Não incluía o gesto e a imagem. O pequeno espaço para a emoção era reservado para o momento dos cânticos, que também eram discursos. Por isso, participar de um culto protestante exigia um certo domínio da linguagem.

⁸⁷ MENDONÇA, A. G. MENDONÇA, A. G. *O Celeste Porvir: a implantação do Protestantismo no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 152.

⁸⁸ Id. *ibid.* p. 152-156.

⁸⁹ Cf. MENDONÇA, A. G. MENDONÇA, A. G. *O Celeste Porvir: a implantação do Protestantismo no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 152-156.

Outra manifestação de crise deu-se na relação igreja e sociedade brasileira pois, ao apresentar-se como negação das expressões culturais autóctones e exigir dos fiéis um comportamento diferenciado das normas de conduta vigentes, o PHM afastou muitos simpatizantes e possíveis adeptos e criou barreiras com a sociedade em geral, especialmente com os jovens.

Nova face da crise deu-se pela própria identidade rural, já que o êxodo para as grandes cidades, paralelamente à forte urbanização de muitas regiões a partir dos anos de 1930, provocou profundas mudanças na vida do campo e dos migrantes, que passavam a viver nas cidades⁹⁰. As igrejas protestantes foram as primeiras a enfrentar o esvaziamento, pois os adeptos, contaminados pela ética da ascensão social, teriam sido os primeiros a migrar para as cidades. Muitas fecharam e outras se tornaram pequenas congregações.

No entanto, os protestantes que mudavam de vida não renegavam a fé; pelo contrário, imbuídos de um espírito missionário, levavam consigo o desejo de construir novas comunidades e realizar novas conversões. Porém, a crise se dava em virtude da falta de propostas ou projetos coerentes com as transformações sociopolíticas e culturais que o século XX estava trazendo com o processo de industrialização e urbanização e com novas formas de pensar teológico. Os protestantes fundavam comunidades urbanas, mas transplantavam para elas as características e rituais do mundo rural, como por exemplo, a realização de atividades durante toda a semana, a condenação do uso de calças compridas pelas mulheres, a recriminação de cabelos compridos e barbas para os homens o controle da vida particular de cada pessoa pelo pastor ou por lideranças leigas.

Essa postura chegava a aproximar novos adeptos, mas em números inexpressivos, o que demarcava um nível de rejeição da sociedade brasileira àquela proposta que se tornou incapaz de acompanhar as transformações que ela experimentava. O PHM permanecia fiel aos símbolos de fé das “igrejas-mães”, que nos Estados Unidos já estavam ajustadas às mudanças sociais que o século XX impunha.

A relação crítica entre igreja e sociedade determinou um afastamento do PHM dos movimentos sociais, tornando quase nula a presença protestante na política e na vida comunitária e cultural do País. A inadequação da proposta teológica do protestantismo impôs uma paralisação e mesmo uma diminuição numérica, que se agravariam após os anos de 1960 com as transformações ocorridas no interior da Igreja Católica Romana. A abertura

⁹⁰ Em 1940 o Brasil rural detinha cerca de 70% da população do País. Em 1950, este número já havia caído para cerca de 65%, em 1960 para cerca de 55%, e no ano 2000 alcançou o índice de 15%. Cf. CAMPOS, Leonildo Silveira. Modelos eclesiológicos e mundo rural. *Contexto Pastoral*, Campinas/Rio de Janeiro, n.17, nov./dez. 1993, p. 6-7.

proporcionada pelo Concílio Vaticano II (1962-1965), fruto de movimentos internos em todo o mundo por muitas décadas, levou o catolicismo a assumir linhas muito próximas das propostas da Reforma do século XVI, o que enfraqueceu a pregação polêmica do PHM. Outro fator gerador da crise foi o crescimento do pentecostalismo após os anos 30, alcançando maior expressão na década de 50.

2.2.3 As tentativas de inculturação no protestantismo histórico

A busca de superação da crise e da construção de uma cultura evangélica mais integrada às manifestações culturais brasileiras foi deflagrada no PHM já nos seus primórdios pelos movimentos nacionalistas, inicialmente com católicos convertidos que procuraram mesclar as duas tradições, ou mesmo outras integrantes da religiosidade e da mística populares. Miguel Vieira Ferreira, um místico católico, por exemplo, converteu-se ao presbiterianismo e passou a liderar comunidades. Foi rejeitado pelo protestantismo oficial, acusado de sincretismo, pois em suas comunidades mantinha os hábitos espirituais católicos, adotava idéias e práticas espíritas e ainda expressões do positivismo, combinando-os com a pregação protestante. Fundou a Igreja Evangélica Brasileira em 1879.⁹¹

Experiências como a de Ferreira demarcam o início de movimentos, dentro do PHM, para realizar o que os primeiros missionários não desenvolveram efetivamente: uma integração à realidade brasileira e uma experiência de reforma do catolicismo. Estas iniciativas foram logo abafadas pelos missionários, que, na maioria, retiraram o apoio aos convertidos.

O nacionalismo no PHM fez brotar, no Brasil, os movimentos por unidade das igrejas. Eles já se espalhavam pelo mundo no início do século XX – gênese do movimento ecumênico –, como resultado da consciência da negatividade do divisionismo protestante, interpretado por alguns grupos como escândalo para a propagação da fé. Os movimentos por unidade do início do século XX pregavam cooperação e foram responsáveis pela articulação de grupos, os mais diversos, no interior do PHM, que lhe deram novas expressões e sinais de uma presença mais significativa na vida do País. Essa proposta ganhou visibilidade, em especial com a fundação, em 1934, da Confederação Evangélica do Brasil (CEB), associação de cinco das seis igrejas formadoras do PHM (a Igreja Batista não aderiu oficialmente).⁹² Os movimentos de unidade

⁹¹ Cf. MENDONÇA, A. G. *O Celeste Porvir: a implantação do Protestantismo no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 67-70 e também CÉSAR, Waldo. Um ecumenismo voltado para o mundo. Esboço para uma história do ecumenismo no Brasil. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro, n. 26, mai./jun. 1995, Suplemento Debate, p. 3-4.

⁹² A CEB atuou significativamente na representação das igrejas do PHM no Brasil ante os diversos segmentos sociais. Uma de suas marcas foi o Setor de Responsabilidade Social, vinculado ao Departamento de Estudos,

também introduziram a responsabilidade sociopolítica dos cristãos. A fundação do Conselho Mundial de Igrejas (1948) deu forma a essa significação, com a articulação de diferentes movimentos e motivações para a ação cristã.

O novo pensamento teológico que então emergiu alimentou e deu sustentação a todo esse movimento. A forma de fazer teologia, reintroduzindo, também, a interrogação como exigência cristã, procurou contextualizar o estudo da Bíblia e os ideais da Reforma Protestante, isto é, lembrá-los, reinterpretá-los e ressignificá-los à luz dos desafios do tempo presente. Resultado, em grande parte, da ativa contribuição de teólogos como Karl Barth, Emil Brunner, Dietrich Bonhoeffer, Paul Tillich, essa nova teologia havia nascido na Europa no início do século XX, mas fora obstruída, no Brasil, pela ação fundamentalista (antiintelectualista e contrária a qualquer leitura crítica da Bíblia). No entanto, a partir dos anos 50, ela passou a ganhar espaço no Brasil, sobretudo por influência do ensino nos seminários teológicos.⁹³

O movimento ecumênico e o novo pensamento teológico introduziram, por exemplo, a noção de inculturação ou endoculturação, a partir de uma avaliação crítica das estratégias missionárias na América Latina, África, Ásia e Oceania. A expressão passou a indicar o desafio de relacionar o Evangelho às culturas a partir de dentro, isto é, de uma imersão e contextualização do Evangelho às variadas manifestações culturais. Já na segunda conferência missionária internacional realizada em Jerusalém (1928) o tema da identidade cristã em contextos étnicos, nacionais e culturais diferentes abriu o debate ecumênico acerca das expressões culturais do Evangelho e ganhou espaço permanente na agenda do movimento desde então.

que, durante a sua existência (1955-1964) organizou uma consulta e três conferências de estudos, que, segundo historiadores do Protestantismo brasileiro, marcaram a história da CEB. Segundo José Bittencourt Filho, por meio do Setor de Responsabilidade Social, pela primeira vez, ‘os evangélicos decidiram elaborar um projeto conjunto de participação efetiva relevante na realidade nacional. Isto, de forma autóctone, ou seja, autônoma em relação às igrejas-mães situadas nos Estados Unidos da América’. Cf. BITTENCOURT FILHO, José. Do Kairós protestante: Três Décadas de Conferência do Nordeste. *Contexto Pastoral*, Campinas/Rio de Janeiro, n. 8, mai./jun. 1992, Suplemento Debate, p. 17. A consulta (1955) adotou um tema até então pouco comum ao vocabulário das igrejas do PHM: “A responsabilidade social da Igreja”. As conferências adotavam temáticas que procuravam acompanhar os grandes temas nacionais como “A Igreja e as rápidas transformações sociais no Brasil” (1957, tempo das metas de JK), “Presença da Igreja na evolução da nacionalidade” (1960, com a efervescência dos debates ideológicos inspirados pela experiência cubana e a obsessão pelo “novo”) e “Cristo e o processo revolucionário brasileiro” (1962, quando palestrantes não-cristãos foram convidados a expor suas idéias, uma exposição de obras de artistas nordestinos foi incluída no programa, e o tema repercutiu na imprensa secular - rádio e TV). Cf. CÉSAR, Waldo. 200 mil desempregados, 70 mil prostitutas. *Contexto Pastoral*, Campinas/Rio de Janeiro, n. 8, mai./jun. 1992, Suplemento Debate, p. 10.

⁹³ Cf. CUNHA, M. N. *Crise, esquecimento e memória*. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo Brasileiro. Rio de Janeiro, 1997. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Documento). Centro de Ciências Humanas, Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997. p. 132-135.

Os ideais de unidade e responsabilidade sociopolítica e o novo pensamento teológico encontraram uma síntese na atuação dos movimentos de juventude evangélica (estudantil e no interior das igrejas). Tais movimentos formaram lideranças expressivas para o PHM e para o movimento ecumênico nacional e internacional durante os anos 10 a 60 e realizaram atividades que transformaram a atuação do protestantismo no Brasil, como os acampamentos de trabalho social em áreas empobrecidas. Esse processo foi liderado por clérigos e leigos, líderes ou, muitas vezes, membros das bases eclesiais, jovens e adultos, que possibilitaram a formação de movimentos que passaram a desafiar, por suas mudanças, o isolamento do PHM. O ápice deu-se nos anos 50 e 60, e foi interrompido pela reação conservadora das cúpulas, reforçadas pelo panorama repressivo que, desde o golpe militar de 1964, se desencadeou na vida do País.

Reassumindo o controle dos espaços eclesiásticos, os grupos dirigentes promoveram o aniquilamento daquela experiência e geraram, assim, uma nova crise no seio do PHM que, em consequência dos muitos expurgos e perseguições realizados (aos departamentos da Confederação Evangélica do Brasil, a professores e alunos dos seminários teológicos, às organizações de juventude), acabou por resultar em novas cisões, em prisões e exílios. A reação dos dirigentes pode ser compreendida como o resultado de um histórico fechamento à inculturação, com a qual o PHM de toda forma deveria, cedo ou tarde, se defrontar. Os grupos conservadores negavam a pluralidade e a diversidade de expressões, trabalhando para que prevalecesse apenas a sua concepção de igreja e de fé. Este "medo do novo" era expresso não somente em relação aos grupos ecumênicos, mas também a outras manifestações e práticas diferenciadas do modo de ser trazido pelos missionários, como, por exemplo, a ação pentecostal e dos movimentos de renovação carismática.

Entre as muitas lideranças do PHM que foram silenciadas pela censura nos anos 60, algumas se organizaram em grupos que procuravam instituir formas coletivas de sobrevivência diante da repressão (interna e externa às igrejas) e de abertura de espaços que garantissem ainda a difusão e a visibilidade das novas expressões, agora fadadas à clandestinidade. No entanto, esses espaços terminaram por reforçar o movimento ecumênico mas não as igrejas do PHM, naquele momento mais isoladas, em busca da preservação da sua tradição, que viam ameaçada.

O golpe de 1964 facilitou no PHM a retomada de espaço dos setores ultraconservadores, que buscavam sepultar o passado recente e mergulhar as igrejas num isolamento que reforçou ainda mais o sectarismo. São escassos os estudos sobre esse período da história do PHM; é

possível encontrar alguns poucos artigos de autores como José Bittencourt Filho, que classifica a fase como a “Idade das Trevas do protestantismo”⁹⁴, com base em três aspectos:

a) o vazio deixado pelas lideranças expurgadas no campo da produção de reflexão e da elaboração de propostas pastorais foi preenchido por um movimento avivalista carismático, que se alimentou das influências do pentecostalismo urbano que crescia, em especial a partir dos anos 50. Este movimento representava uma alternativa à via conservadora quanto à forma de expressão da fé mas mantinha a teologia fundamentalista e as características sectárias negadoras das diferentes manifestações culturais.

b) a repressão e as perseguições ao pensamento e às práticas contrárias à teologia dos grupos de poder no PHM, não só ao pensamento mais aberto, considerado de esquerda, mas também aos movimentos carismáticos, com sua teologia pentecostalizada e sua prática de culto avivada. A repressão e perseguição gerou um cisma nas principais denominações, resultante na criação das igrejas do Protestantismo de Renovação ou Carismático.

c) a tentativa de rearticulação da juventude por meio da abertura à ação de entidades paraeclesiásticas vinculadas direta ou indiretamente à "direita religiosa" norte-americana. Era a busca da preservação das bases da tradição do PHM recorrendo-se às raízes norte-americanas. A presença destes grupos no Brasil foi expressiva e deixou marcas profundas na geração jovem dos anos 70 do PHM, o que ainda tem efeitos no presente – aspecto que exige análises mais elaboradas.⁹⁵

2.3 As recentes transformações no cenário religioso evangélico

Os anos 80 inauguraram uma nova etapa no processo de construção da cultura evangélica brasileira com significativas transformações no cenário religioso evangélico. A abertura política alcançada pelo povo brasileiro na passagem dos anos 70 para 80 representou também uma conquista no interior das igrejas do PHM. Os grupos conservadores abriram lentamente os espaços de poder, o que permitiu que algumas lideranças afastadas recuperassem espaço de ação. Em 1982 foi criado o primeiro conselho de igrejas do Brasil, o Conselho Nacional das Igrejas Cristãs (Conic), que congregou as principais integrantes do PHM (menos a

⁹⁴ Cf. BITTENCOURT FILHO, José. Protestantismo: avanços e tropeços. *Tempo e Presença*, Rio de Janeiro, n. 249, jan./fev. 1990, p. 32-34.

⁹⁵ Este tema será retomado no Capítulo 3, por meio do olhar específico que é a participação das paraeclesiásticas na gênese do movimento *gospel*.

Congregacional e a Batista) e a Igreja Católica, fruto do trabalho dos grupos ecumênicos que atuaram na clandestinidade no período anterior.

Foi possível constatar a presença do PHM, por meio de igrejas, grupos ou indivíduos, nos movimentos sociais e populares, partidos de esquerda e sindicatos. Ao mesmo tempo, o aumento do peso social dos protestantes inaugurou sua presença forte na política partidária a ponto de se formar uma “bancada evangélica” no Congresso Nacional, fato inédito no cenário protestante e que deu novos contornos à sua identidade, construída com base na separação igreja-mundo.

No entanto, estas expressões de engajamento social ainda não davam ao PHM a sintonia que o aproximasse das culturas populares. O abismo que o separava das manifestações culturais brasileiras desde a sua chegada ao Brasil, aumentado pelas crises que alimentaram o PHM em toda a sua história, ainda era um fato. Um fenômeno dos anos 80 reconfigurou todo esse processo: o chamado neopentecostalismo. O surgimento e o crescimento de novas formas de pentecostalismo a partir desse período desencadearam, o desenvolvimento de um novo modo de ser protestante no Brasil e delinearam uma nova cultura, com reflexos intensos no PHM.

2.3.1 O avanço do capitalismo globalizado

A queda do Muro de Berlim – forte símbolo da divisão do mundo nos dois sistemas sociopolíticos e econômicos de poder, o capitalismo e o socialismo –, em 1989, provocou a explosão de movimentos que levaram à derrocada do modelo de socialismo imposto pela União Soviética, principalmente depois do término da Segunda Guerra Mundial. Esse acontecimento não só delineou um novo mapa mundi – divisão e extinção de países e criação de outros – como provocou um espírito de rendição mundial à vitória do capitalismo liberal como “o” sistema sociopolítico e econômico. O pensador naturalizado norte-americano Francis Fukuyama, intérprete de Hegel, chegou a afirmar que se havia alcançado o “fim da História” – tudo já tinha sido realizado com o capitalismo sendo absolutizado, como “força final do governo humano”.

A partir de então, os países capitalistas mais ricos do planeta passaram a liderar a implementação de políticas de ajuste à nova ordem mundial. A doutrina alimentadora do sistema capitalista – o liberalismo – assumiu novos contornos diante dos novos tempos – daí o uso da expressão “neoliberalismo” usada para definir a nova face do sistema liberal, a doutrina que embasa e fomenta o desenvolvimento do capitalismo globalizado.

As políticas do capitalismo globalizado configuraram-se basicamente no ajuste político-econômico ao livre mercado. Elas passaram a ser implementadas nos países ricos e pobres, fortemente a partir dos anos 90, sob a idéia de que o mundo experimentava um processo de globalização. São bases das políticas do capital globalizadas: abertura total para o mercado mundial, sem restrições (importações e exportações) e estímulo ao consumo; investimentos em aparatos tecnológicos, especialmente no campo da informatização; eliminação da presença do Estado na economia, reduzindo, ao máximo, o número de empresas estatais, favorecendo a iniciativa privada em todos os segmentos sociais.⁹⁶

Esse contexto histórico vem sendo marcado pela estratégia de se levar às últimas conseqüências o princípio da “maximização da acumulação do capital”, o que significa o desenvolvimento das forças de produção de forma intensa e extensa e das relações de produção em escala mundial. Passam a ser desenvolvidas relações, processos e estruturas de dominação política e de apropriação econômica em nível global, ultrapassando-se territórios, fronteiras, nações e nacionalidades. Consagram-se as estruturas mundiais de poder cujas funções são assumidas por organizações multilaterais e corporações transnacionais.

A base da análise deste contexto é realizá-la pelo prisma da geo-história, isto é, “as realidades locais, provinciais, nacionais, regionais e mundiais vistas como espaciais e temporais”.⁹⁷ Implica compreender relações, processos e estruturas sociais, econômicos, políticos e culturais em sua dinâmica geo-histórica. Os fatos interpretados pelos seus próprios desdobramentos, uns nos outros, concretizam-se em “realidades locais, provinciais, nacionais, regionais e mundiais, envolvendo continentes, ilhas e arquipélagos, produzindo configurações e movimentos das economias-mundo, sempre em moldes geo-históricos”.⁹⁸ Dessa forma, para que o livre mercado pudesse se expandir e se consolidar como força mundial, as fronteiras nacionais foram relativizadas, perdendo a importância política, e o Estado foi debilitado.

⁹⁶ Cf. FORRESTER, Viviane. *O Horror Econômico*. São Paulo: Unesp, 1997; IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996; Idem. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993; ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994; BAUMAN, Zygmunt. *Globalização*. As conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

⁹⁷ IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996. p. 49.

⁹⁸ Cf. Id. *ibid.* p. 50.

Com a globalização, é preciso repensar o conceito de Estado-Nação, já que as possibilidades de projetos de capitalismo ou socialismo nacionais ficam limitadas ou mesmo anuladas diante desse processo de mundialização econômica. O princípio de soberania do Estado-nação, na verdade, está sendo recriado. O emblema Estado-nação passa a ser “ficção”.⁹⁹ A mudança de conceito do Estado-Nação reflete na identidade do indivíduo, que antes se espelhava em valores culturais predominantes de sua realidade imediata e específica no tempo e no espaço, e hoje recebe uma carga de padrões, valores, ideais, signos e símbolos que circulam mundialmente. Segundo Octavio Ianni,

no horizonte da sociedade global, são outras e novas as condições sociais e econômicas, políticas e culturais nas quais se envolve e desenvolve o indivíduo, o sujeito é outro que passa a ser elo de múltiplas redes de comunicação, interpretação, divertimento, aflição, evasão. Cada indivíduo pode ser um feixe de articulações locais, nacionais, regionais e mundiais, cujos movimentos e centros de emissão estão dispersos e desterritorializados mundo afora. Seu modo de ser, compreendendo ações, relações, reflexões e fantasias, passa a ser cada vez mais povoado pelos signos espalhados pela aldeia global – o ser humano torna-se cidadão-mundo.¹⁰⁰

Para o cidadão-mundo, o espaço do mercado e do consumo torna-se, assim, lugar no qual são engendrados e partilhados padrões de cultura. Neles, em escala mundializada, materializam-se as forças socialmente hegemônicas.

Na sociedade global são outros os laços. O contrato social e o indivíduo se ampliam pela simultaneidade, instantaneidade, desterritorialização dos sentidos, novos e recriados. O cidadão-mundo, que Ianni menciona, é um cidadão-consumidor. Aliás, o próprio conceito de cidadania apresenta um outro sentido. Ser cidadão significa ter o direito de consumir os bens produzidos. "A cidadania vigente, efetiva, indiscutível é a da mercadoria".¹⁰¹ Para o pesquisador, ao contrário do que a ideologia hegemônica quer fazer pensar, a essência da cidadania "está expressa na moeda global, o dólar, e cujo idioma é o inglês, a vulgata de todo mundo".

Em virtude da complexidade do processo, a cidadania é colocada em perigo. Segundo Ianni, ser cidadão implica ter autoconsciência e esta só acontece em condições nas quais o indivíduo possa elaborar, criar, renovar, dar sentido para realizar-se como sujeito e, desta forma, realizar a tão propalada cidadania. No novo contexto, o perigo está no fato de que são poucas as pessoas que reúnem condições para se informarem e posicionarem diante dos acontecimentos

⁹⁹ Cf. IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996. p. 41, 48.

¹⁰⁰ Idem. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993. p. 122.

¹⁰¹ Id. *ibid.* p. 108.

mundiais, relacionando-os às implicações locais, regionais, nacionais e continentais.¹⁰² "O consumo se desvenda, assim, como uma instituição formadora de valores e orientadora de conduta.(...) O espaço do mercado e do consumo tornam-se, assim, lugares nos quais são engendrados e partilhados padrões de cultura".¹⁰³

Com a revolução tecnológica, estratégia determinante para a disseminação dessa nova doutrina, houve um deslocamento do eixo central de acumulação de capital: da propriedade privada para a apropriação do conhecimento técnico e científico, ou propriedade intelectual. A informação passa a ter espaço privilegiado, bem como os canais de comunicação. Cerca de 10% da economia mundial passa a ser centradas na informação e na comunicação, e a previsão é de que, no século XXI, a indústria da comunicação e informação seja a maior do mundo. A competição entre grandes corporações de comunicação e informação para servir aos maiores segmentos do mercado mundial assume agora a necessidade de controlar até os mercados mais remotos para vender seus produtos. As atividades de consultoria de marketing ganham cada vez mais espaço no mundo do trabalho.

Como consequência desse processo, explicitam-se a escalada do desemprego e a construção de um novo conceito de trabalho, diante da desvalorização da mão-de-obra convencional, em função da automação e da especialização técnica e em detrimento das políticas sociais públicas. Soma-se a tudo isso a radicalização da situação de miséria das populações pobres (denominada exclusão sistêmica). De acordo com a lógica de mercado, para se estar incluído no atual sistema é necessário que o indivíduo seja capaz de consumir e tenha um mínimo de domínio dos aparatos tecnológicos, o que deixa de fora um enorme contingente de massas humanas, que, excluídas, "não têm salvação" e são destinadas à própria busca de sobrevivência ou mesmo passíveis de eliminação pela morte. Com isso, individualismo e competição transformam-se em palavras de ordem do atual sistema.

2.3.2 A hegemonia pentecostal

O surgimento de um significativo número de igrejas pentecostais a partir dos anos 80, com ampla adesão de pessoas das mais diferentes camadas sociais, estimulou uma série de investigações no campo pastoral e teológico e também nas universidades, gerando estudos especialmente no campo da sociologia da religião. O fenômeno, por suas características

¹⁰² IANNI, O. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993. p. 113-114.

¹⁰³ ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 121.

peculiares, passou a ser denominado neopentecostalismo¹⁰⁴ e é aqui referido como Pentecostalismo Independente.

O Pentecostalismo Independente é assim denominado por distinguir-se do Pentecostalismo de Missão. Ambos têm ênfase na dimensão mística e emocional da expressão religiosa, no entanto, enquanto o de Missão tem raízes fora do Brasil e é baseado em um corpo de doutrinas calcadas no batismo do Espírito Santo, na busca de santificação e na ética restritiva de costumes, herdadas, na maioria, de trabalho missionário, o Pentecostalismo Independente é caracterizado pelo surgimento de um sem-número de igrejas autônomas, organizadas em torno de líderes, e baseia-se nas propostas de cura, de exorcismo e de prosperidade sem enfatizar a necessidade de restrições de cunho moral e cultural para se alcançar a bênção divina. Além disso, como já descrito anteriormente, reprocessa os traços da matriz religiosa brasileira, adicionando-lhe valores – o que é de Deus e o que é do Diabo – norteados por uma interpretação dos textos da Bíblia e na valorização da utilização de símbolos e representações icônicas.

Quem mais simboliza a força desse movimento é a Igreja Universal do Reino de Deus, que cresce em número de adeptos e em acumulação de capital, chegando a ser proprietária de veículos de comunicação social nos diferentes formatos (imprensa especializada e secular, emissoras de rádios, redes de televisão em canais abertos e fechados, gravadora).¹⁰⁵ Entretanto, nos anos 90, o movimento pentecostal independente levou ao surgimento de outro tipo de igrejas, que também destacam as propostas de cura e de prosperidade mas privilegiam a busca de adeptos da classe média e de faixa etária jovem e a música como recurso de

¹⁰⁴ Entre outros estudos, ver: ANTONIAZZI, Alberto et. al. *Nem anjos nem demônios*. Interpretações sociológicas do pentecostalismo. Petrópolis: Vozes, 1994; CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado*. Petrópolis/São Paulo/São Bernardo do Campo: Vozes/Simpósio/Umesp, 1997; CAMPOS JR, Luiz. *Pentecostalismo*. São Paulo: Ática, 1995; CÉSAR, Waldo, SHAULL, Richard. *Pentecostalismo e futuro das igrejas cristãs*. Promessas e desafios. Petrópolis/São Leopoldo: Vozes/Sinodal, 1999; CORTEN, André. *Os pobres e o Espírito Santo*. O pentecostalismo no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1996; GUTIÉRREZ, Benjamín, CAMPOS, Leonildo Silveira (Organizadores). *Na força do Espírito*. Os pentecostais na América Latina: um desafio às igrejas históricas. São Paulo/São Bernardo do Campo: Pendão Real/Ciências da Religião, 1996; MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais*. Sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 1999; ROLIM, Francisco Cartaxo. *Pentecostais no Brasil*. Uma interpretação sócio-religiosa. Petrópolis: Vozes, 1985; Idem. *Pentecostalismo*. Brasil e América Latina. Petrópolis: Vozes, 1995. (Teologia e Libertação, série VII: Desafios da Religião do Povo, tomo VI); PENTECOSTES e Nova Era: fronteiras, passagens. *Religião e Sociedade*. Rio de Janeiro, v. 17, n. 12, 1994.

¹⁰⁵ Uma ampla pesquisa sobre esta força da Igreja Universal do Reino de Deus foi desenvolvida por Leonildo Silveira Campos e publicada na obra de sua autoria *Teatro, templo e mercado*. Petrópolis/São Paulo/São Bernardo do Campo: Vozes/Simpósio/Umesp, 1997.

comunicação. São elas as Comunidades (Evangélica, da Graça) e a Igreja Renascer em Cristo¹⁰⁶ – este grupo é aqui denominado Pentecostalismo Independente de Renovação.

Essa presença pentecostal é percebida na vida do País principalmente de duas formas: um alto investimento em espaços na mídia (compra de rádios, jornais e canais e redes de TV, aumento do número de programas nos canais seculares) e presença no Poder Público, destacando-se, por exemplo, a contribuição para o estabelecimento de uma "bancada evangélica" a partir do Congresso Constituinte de 1986, fornecendo o maior número de deputados. O confronto da Igreja Universal do Reino de Deus com a Igreja Católica e com os cultos afro-brasileiros e os episódios envolvendo acúmulo de patrimônio do bispo Edir Macedo, líder da Igreja Universal, na virada dos anos 80 para os 90, tiveram ampla cobertura da imprensa secular, o que popularizou a discussão sobre o crescimento pentecostal.¹⁰⁷

O crescimento pentecostal passou a exercer uma influência decisiva sobre o modo de ser das demais igrejas evangélicas, inicialmente perplexas diante do fenômeno. Em primeiro lugar, ele provocou incômodo em relação a um aspecto que marcou as igrejas históricas no Brasil – a estagnação e o não-crescimento numérico significativo – e promoveu uma espécie de motivação para a concorrência e busca do aumento do número de adeptos. A influência se concretizou de maneira especial no reforço aos grupos chamados “avivalistas” ou “de renovação carismática”. Esses grupos, a partir da similaridade de propostas e posturas com o pentecostalismo, passaram a conquistar espaços importantes na prática religiosa das igrejas históricas e a abrir espaço para que elas alcançassem algum crescimento numérico.¹⁰⁸

¹⁰⁶ Sobre o novo formato no movimento neopentecostal e sua relação com a mídia ver SIEPIERSKI, Carlos Tadeu. *O sagrado num mundo em transformação*. São Paulo: ABHR, 2003; MARTINHO, Luiz Marinho Sá. *Mídia e Poder Simbólico*. São Paulo: Paulus, 2002; DOLGHIE, Jacqueline Ziroldo. *A Renascer em Cristo e o mercado de música gospel no Brasil*. São Paulo, 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2002.; MATAYOSHI, Leda Yukiko. *Bem aventurados os que se comunicam como marca*. A Igreja Renascer em Cristo. São Paulo, 1999. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999; e BARBOSA, Sérgio Carlos. *Religião e Comunicação: a igreja eletrônica em tempos de globalização gospel*. São Paulo, 2000. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1997.

¹⁰⁷ Os conflitos envolvendo a Igreja Universal do Reino de Deus e a Rede Globo de Televisão, divulgados pela segunda como resultado do desrespeito à fé católica majoritária e pela primeira como fruto da ameaça que a aquisição da Rede Record representava ao “império global”, levaram à produção pela Rede Globo da minissérie “Decadência”, no ano de 1995. A minissérie, estrelada pelo ator Edson Celulari, narrava a história do fundador de um grupo religioso, cujo sucesso devia-se a condutas e articulações sociais de moral condenável.

¹⁰⁸ Sobre este assunto ver os artigos de BITTENCOURT Filho, José: Movimento Carismático: construção invertida da realidade? *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 1, abr./mai. 1991, p. 5; Protestantismo histórico: crescimento e estagnação. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 25, mar./abr. 1995, p. 6; Pastoral e identidade evangélica. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 30, jan./fev. 1996, p. 5; CUNHA, Magali do Nascimento. A vida e a missão da Igreja Metodista (1987-1997): uma tentativa de

2.3.3 O crescimento numérico

Os dados do censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2000 revelaram o que já vinha sendo dito e alardeado pelos grupos evangélicos brasileiros: o Brasil está deixando de ser um país predominantemente católico. Os números demonstram um crescimento significativo de evangélicos do ramo pentecostal mas também do ramo histórico. Pesquisadores têm concluído que esse aumento não é um processo que ocorre de modo natural, mas é fruto de um projeto de expansão dos evangélicos no Brasil, aliado ao fato de que os grupos atuam separadamente, de modo desarticulado em “acirrada competição”.¹⁰⁹

A Amazônia e o Nordeste têm sido pólos de crescimento evangélico, especialmente entre indígenas (batistas) e área de resistência do catolicismo (pentecostais). As periferias das regiões metropolitanas também se destacam na ampliação do número de evangélicos. A tabela a seguir mostra os níveis desse crescimento em relação ao catolicismo e a outras religiões¹¹⁰:

Anos	População total	Católicos	Evangélicos de Missão	Evangélicos Pentecostais	Evangélicos Total	Outras religiões	Sem religião
1970	93.470.306	85.775.047 = 91,8%	----	----	4.833.106 = 5,2%	2.157.229 = 2,5%	704.924 = 0,8%
1980	119.009.778	105.860.063 = 89,0%	4.022.330 = 3,4%	3.863.320 = 3,2%	7.885.650 = 6,6%	3.310.980 = 3,1%	1.953.085 = 1,6%
1990	146.814.061	122.365.302 = 83,3%	4.338.165 = 3,0%	8.768.929 = 6,0%	13.157.094 = 9,0%	4.345.588 = 3,6%	6.946.077 = 4,7%
2000	169.870.803	125.517.222 = 73,9%	8.477.068 = 5,0%	17.975.106 = 10,6%	26.452.174 = 15,6%	5.409.218 = 3,2%	12.492.189 = 7,4%

O quadro aponta um amplo crescimento dos evangélicos em geral, na casa dos 6,6 pontos percentuais, em relação ao censo de 1990, e dos 10,4 pontos percentuais em relação ao censo de 1970, que ainda não distinguia os evangélicos de missão dos pentecostais. Com a distinção ocorrida no censo de 1980, percebe-se que os pentecostais não aparecem como minoria entre os evangélicos: os índices revelavam equilíbrio de força numérica – 3,4% de evangélicos de missão e 3,2% de pentecostais. A supremacia numérica dos pentecostais começou a se tornar visível com o censo de 1980, que registrou 3% de evangélicos de missão e 6% de evangélicos pentecostais. Essa diferença foi mantida no censo de 2000 com os índices de população, que

avaliação. In: CASTRO, Clóvis Pinto de, CUNHA, Magali do Nascimento. *Forjando uma nova Igreja*. Dons e Ministérios em debate. São Bernardo do Campo: Editeo, 2001. p. 53-80; Idem. Tempo de nostalgia ou de recriar utopias? Um olhar sobre os anos de 1980, vinte anos depois. In: RIBEIRO, Cláudio, Lopes, Nicanor. *20 anos depois*. A vida e a missão da Igreja em foco. São Bernardo do Campo: Editeo, 2002. p. 21-46.

¹⁰⁹ Cf. JACOB, César Romero, et al. *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil*. Rio de Janeiro/São Paulo/Brasília: PUC-Rio/Loyola/CNBB, 2003. p. 216-217.

¹¹⁰ Cf. Id. *ibid.* p. 34

são de 5% para os evangélicos de missão e de 10,6 para os pentecostais, mas os pentecostais revelam taxa de crescimento superior: 4,6% contra 2% dos evangélicos de missão.

O crescimento evangélico traz reflexos no catolicismo – há decréscimo de 8,4 pontos percentuais. As análises indicam que essa diminuição deve-se, primordialmente, à incapacidade de a Igreja Católica acompanhar as transformações que acontecem no cenário religioso brasileiro, fruto de sua própria organização, muito institucionalizada. Já o crescimento dos evangélicos, além das explicações descritas acima, justifica-se também pela feição político-religiosa do plano de expansão das igrejas, conforme se pode observar com a consolidação da “bancada evangélica” nos últimos mandatos no Congresso Nacional e o desempenho de Anthony Garotinho, candidato evangélico à Presidência da República no pleito de 2002.

De acordo com estudiosos do fenômeno, essa diversificação religiosa não é exclusividade do Brasil, pois se verifica em outras partes do mundo, incluindo regiões ricas como Estados Unidos e Europa. O pluralismo religioso tem-se revelado, portanto, uma das características do mundo atual, com o aparecimento de novos movimentos religiosos ao lado das religiões tradicionais, ao mesmo tempo em que a secularização ganha espaço.

2.3.4 A religião de mercado e o mercado da religião

Paralelamente a esse processo descrito, surgem no Brasil duas correntes religiosas denominadas “Teologia da Prosperidade” e “Guerra Espiritual”, que dão base à pregação neopentecostal e também captam ampla receptividade entre as igrejas históricas. Aqui, é um fator sociopolítico e econômico que possibilita o sucesso dessas formas religiosas: as políticas neoliberais – novas manifestações do capitalismo.

Todo esse processo interfere no cenário religioso e provoca mudanças das quais essas correntes são um exemplo forte. Na lógica de exclusão, que caracteriza a política neoliberal, prega-se a inclusão social com promessas de prosperidade material (“Vida na Bênção”), condicionada à fidelidade material e espiritual a Deus. Nesse caso, os vencedores da grande competição social por um espaço no sistema seriam os “escolhidos de Deus” e a acumulação de bens materiais interpretada como as bênçãos para os “filhos do Rei” (ou “Príncipes”). Na mesma direção, prega-se que é necessário “destruir o mal” que impede que a sociedade alcance as bênçãos da prosperidade, por isso, os “filhos do Rei” devem invocar todo o poder que lhes é de direito para estabelecer uma guerra contra as “potestades do mal” representadas,

no imaginário evangélico, principalmente pela Igreja Católica Romana, os cultos afro-brasileiros e os promotores da Nova Era. Os estudiosos dessas correntes teológicas indicam que elas são resultado do chamado “movimento da confissão positiva”.¹¹¹

A pregação sobre o direito a reinar com Deus e desfrutar das suas riquezas e do seu poder parece responder à necessidade de aumento da auto-estima dos membros das igrejas tradicionais, inferiorizados pelo crescimento pentecostal e vitimados pelas políticas neoliberais excludentes implantadas no País. Por outro lado, a “confissão positiva” carrega elementos da matriz religiosa brasileira: concebem-se pobreza, doença, as agruras da vida, qualquer sofrimento do cristão como resultado de um fracasso – concretização da falta de fé ou de vida em pecado. Individualismo e competição também se tornam palavras de ordem, no que diz respeito a pessoas ou a grupos.

Um exemplo pode ser tomado da prática de igrejas evangélicas que intensificaram, nas últimas décadas, o estabelecimento de alvos para as diversas ações eclesiais, principalmente para o crescimento numérico da membresia e a aquisição de patrimônio. Uma visita a páginas da Internet de diferentes igrejas, em âmbito nacional ou local, torna possível visualizar uma amplitude de referências a esta nova postura. Os exemplos a seguir são ilustrativos.

Prezado Irmão !

O Cartão de Crédito Batista Visa é feito sob medida para você: é seu, atende suas necessidades e não custa mais por isso. Também é de todos nós porque a partir do momento que você adquiri-lo, você esta possibilitando que os projetos batistas se realizem. Como?

Cada vez que você utilizar o Cartão de Crédito Batista Visa nos milhares de estabelecimentos credenciados no Brasil e no exterior, parte da receita arrecadada será repassada para financiar projetos especiais como o denominado "Fundos Novas Fronteiras" que engloba, entre outros, o "Plano Global de Comunicação" da CBB.

E mais: Aderindo ao programa Smart Club*, suas compras são bem recompensadas. Sempre que você utilizar o Cartão de Crédito Batista Visa, suas despesas serão transformadas em pontos que poderão ser trocados por prêmios a sua escolha, tais como: passagens aéreas, hospedagens, jantares, ingressos e muito mais!¹¹²

¹¹¹ Cf. GONDIM, Ricardo. *O Evangelho da Nova Era*. Uma análise e refutação bíblica da chamada Teologia da Prosperidade. 5. ed. São Paulo: Abba Press, 1999; MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999; ROMEIRO, Paulo. *Supercrentes*. O Evangelho segundo Kenneth Hagin, Valnice Milhomens e os profetas da prosperidade. 6. ed. São Paulo: Mundo Cristão, 1996; Idem. *Evangélicos em crise*. Decadência doutrinária na igreja brasileira. 3. ed. São Paulo: Mundo Cristão, 1997.

¹¹² CONVENÇÃO BATISTA NACIONAL. Disponível em <<http://www.batistas.org.br>> ou <<http://www.cartaobatista.com.br>>. Acesso em: 22 ago. 2002.

ALVOS DE FÉ:

ÁREA DE ADORAÇÃO: 1. 90% dos membros presentes regularmente aos cultos dominicais. 2. 80% das famílias realizando sistematicamente culto doméstico. 3. Realizar um culto com crianças, no santuário, uma vez por semestre. 4. 50% dos membros freqüentando o culto de oração às sextas e o estudo bíblico às quartas. (...)

ÁREA DE EVANGELISMO 1. Organizar até o fim deste ano 3 células em lares. 2. Chegar ao ano 2003 com a Igreja totalmente envolvida em células. 3. Aquisição de som apropriado para evangelismo em público. 4. Aquisição de Kombis para o trabalho de evangelismo. 5. Aquisição de um terreno para a Frente Missionária em Riacho Grande. 6. Terminar a construção do templo da Congregação. 7. Realizar cultos evangélicos com apoio da Igreja nas frentes missionárias. 8. Receber como membros 72 pessoas em 1998. 9. Atingir a média de 2% ao mês de almas para Cristo.

ÁREA DE EDUCAÇÃO CRISTÃ 1. 80% dos membros matriculados na E.B.D. (...) ESTATÍSTICA DESAFIADORA PARA A IGREJA: 300 membros em Janeiro de 1998. 372 membros em Janeiro de 1999. 461 membros em Janeiro de 2000. 571 membros em Janeiro de 2001. 708 membros em Janeiro de 2002. 877 membros em Janeiro de 2003.¹¹³

Observam-se pelo menos duas conseqüências desta nova postura no cenário religioso evangélico no Brasil. Uma delas diz respeito ao corpo pastoral. A eficiência passa a ser um valor a ser buscado pelos líderes das diferentes igrejas à luz do que ocorre no mercado secular. Neste, um funcionário é estimulado a mostrar resultados, isto é, colaborar com a empresa para que ela atinja os objetivos de maior lucratividade com o menor custo possível. Nas igrejas, um pastor eficiente deve liderar uma comunidade que apresente resultados: crescimento do número de membros e aumento de patrimônio da igreja e dos seus membros. Às lideranças em escala hierárquica superior, cabe a tarefa de cobrar o alcance desses objetivos, estabelecendo alvos numéricos a serem atingidos pelos pastores e igrejas – isso estimula a busca de reconhecimento e, conseqüentemente, a competição.¹¹⁴

Outra alteração no modo de ser das igrejas evangélicas é o investimento em atividades sociais, ênfase nunca tão intensa entre esse grupo quanto nas últimas décadas. É um movimento próprio das políticas neoliberais que prevêm a ação dos governos e empresas por meio de programas sociais que amenizem os efeitos da exclusão social (daí um significativo número de programas sociais, fundações, etc.). As intervenções estão sob o rótulo “Responsabilidade Social”, cujo propósito primeiro é o chamado “marketing social”, ou a conquista de um maior

¹¹³ IGREJA PRESBITERIANA INDEPENDENTE DE DIADEMA. Disponível em: <<http://netministries.org/see/churches/ch06279>>. Acesso em: 22 ago. 2002.

¹¹⁴ Cf. BARBOSA, Ricardo. A Igreja no mercado e profissionalismo religioso. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro, n. 36, jan/fev, 1997, p. 6-7; CAVALCANTI, Robinson. Neoliberalismo e neomundano. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro, n. 36, jan/fev, 1997, p. 8; MO SUNG, Jung. Neoliberalismo, eficiência e pastoral. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro, n. 36, jan/fev, 1997, p. 5; CUNHA, Magali do Nascimento. A vida e a missão da Igreja Metodista (1987-1997): uma tentativa de avaliação. In: _____, CASTRO, Clóvis Pinto de. *Forjando uma nova igreja*. Dons e Ministérios em debate. São Bernardo do Campo: Editeo, 2001. p. 58-59.

número de consumidores por meio de “boas ações”, sem discutir ou interferir nas causas estruturais ou políticas que geram a necessidade dessas intervenções.¹¹⁵

Da mesma forma as igrejas investem em trabalhos sociais desprovidos de análise crítica em relação ao funcionamento da sociedade e de atuação perante as causas dos efeitos que eles visam a atingir.¹¹⁶ Além disso, na mesma linha das empresas, as igrejas utilizam-se da ação social como proselitismo, para conquistar maior número de consumidores/adeptos, ou como marketing institucional – para construir imagem positiva com o grande público.¹¹⁷ Nessa linha, um sem-número de ofertas de consultorias de marketing especializadas no cenário religioso estão à disposição das igrejas para contribuir no estabelecimento de estratégias a fim de alcançar os resultados previstos. Basta uma breve visita às páginas de busca na Internet para se conseguir uma ampla lista desses grupos de consultoria.

Marketing Religioso já se consolidou como disciplina curricular de diversos cursos de teologia evangélicos (e também católicos) e de cursos especializados em administração e marketing aplicado à religião tanto no nível de graduação quanto de pós-graduação. Há um significativo número de publicações que embasam os conteúdos oferecidos. Uma das

¹¹⁵ A matéria publicada em 2003 é ilustrativa: “Foi-se o tempo em que o consumidor brasileiro levava em conta apenas o preço e a qualidade do produto na hora de fazer suas compras. Hoje em dia, influenciado pelo conceito de responsabilidade social, ele começa a levar em conta a ação social da empresa. Isso é o que revela a pesquisa (inédita no país), ‘Atuação social das empresas – Percepção do consumidor’, do Instituto Ethos e do Valor Econômico, realizada pela Indicator Opinião Pública.

No último ano, 31% dos consumidores prestigiaram e/ou puniram empresas com base nas suas avaliações sobre a prática da responsabilidade social. 24% compraram produtos de empresas por causa de sua atuação social, enquanto 19% deixaram de comprar produtos de empresas que descuidam da sua ação social. Para 51% dos entrevistados, a imagem da empresa está relacionada à qualidade do tratamento dispensado aos funcionários e à conduta ética nos negócios. 73% se negariam a comprar produtos de uma empresa envolvida em corrupção e 53% teriam a mesma atitude em relação a uma empresa que utilizasse mão-de-obra infantil. Nessa pesquisa, foram ouvidas 1.002 pessoas de 11 regiões metropolitanas.

Esses dados confirmam a importância das ações desenvolvidas pelo Sistema AJESP SINDIJÓIAS SINDICOM na área social. Num setor cuja imagem transparece riqueza, como é o caso do joalheiro, é fundamental que as empresas passem a adotar uma conduta ética e voltada para a solução dos problemas sociais.” SISTEMA AJESP SINDIJÓIAS SINDICOM. Disponível em: <<http://www.ajesp.com.br/framesetnews.htm>>. Acesso em: 22 ago. 2002.

¹¹⁶ Uma profunda abordagem sobre este tema foi realizada pelo teólogo alemão Jörg Rieger que afirma: “O abismo entre ricos e pobres continua a crescer dramaticamente, globalmente bem como nos EUA. Permanecer ‘centrados’ nesta situação normalmente significa achar algum terreno no meio – uma posição que, como eu já argumentei antes, é facilmente encorajada pelos poderes vigentes. Nada surpreendente que nos EUA os atos de misericórdia das igrejas estejam se tornando grandes negócios”. [“The gap between rich and poor continues to rise dramatically, globally as well as within the U.S. To remain ‘centered’ in this situation usually means to find some middle ground — a position that, as I have argued above, is easily pulled in by the powers that be. No wonder that in the U.S. the churches’ works of mercy are on the way to becoming big business.]. RIEGER, Jörg. What do the margins and center have to do with each other? The future of Methodist traditions and theology. Palestra proferida na Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 4 jun. 2003. Paper. p. 4, 6-7.

¹¹⁷ É sugestivo o título da matéria IGREJA Universal adota marketing social. Folha de São Paulo, São Paulo, 15 abr. 1995. Caderno 1. p. 8, em é descrita a ação da Associação Beneficente Cristã (ABC), entidade de assistência social criada pela igreja em setembro de 1994.

referências é o norte-americano George Barna, presidente do Barna Research Group, empresa de marketing da Califórnia/EUA, e autor do livro *Marketing the Church*, traduzido no Brasil com o título *O marketing na Igreja: o que nunca lhe disseram sobre o crescimento da Igreja*.¹¹⁸

Um dos indícios da força desta corrente tem sido a adoção de uma linguagem mercadológica nos discursos das igrejas. O planejamento estratégico da Convenção Batista Nacional, publicado na página eletrônica da organização, é um exemplo ilustrativo¹¹⁹:

NEGÓCIO

A Convenção Batista Nacional tem como negócio fomentar a unidade e o cumprimento da missão da Igreja no poder do Espírito Santo.

VISÃO

Como agência facilitadora no cumprimento da missão integral da Igreja no poder do Espírito Santo, a Convenção Batista Nacional deseja ser reconhecida nacional e internacionalmente, realizando projetos extraordinários.

MISSÃO

A Convenção Batista Nacional tem como missão ser facilitadora da Igreja, contribuindo para que ela cumpra seus objetivos, de modo a transformar a sociedade através do cumprimento da missão integral no poder do Espírito Santo: ação missionária, responsabilidade social e discipulado, e educação de qualidade.

OBJETIVOS

- Promover o cumprimento da missão integral da Igreja, estimulando-a e lhe dando suporte para elaboração e implementação de projetos missionários, sociais, etc.;
- Promover a identidade denominacional;
- Promover a unidade doutrinária;
- Promover a qualidade de ensino teológico, cristão e secular;
- Captar recursos para consecução de seus projetos;
- Estimular a unidade, integração e cooperação, através de uma comunicação efetiva;
- Produzir literatura de qualidade que atenda às necessidades das igrejas.

Outra consequência desse processo foi o surgimento de um mercado voltado para os evangélicos, o qual ao longo dos anos de presença dos evangélicos no Brasil, já era forte no campo editorial, mas sua expansão deu-se principalmente por meio do mercado fonográfico¹²⁰. Foi esse nicho que impulsionou nos anos 80 o sucesso das "rádios

¹¹⁸ BARNHA, George. *O marketing na Igreja: o que nunca lhe disseram sobre o crescimento da Igreja*. Rio de Janeiro: Juerp, 1993. Sobre este assunto ver: CUNHA, Magali do Nascimento. O crescimento do marketing evangélico no Brasil como resultado da inserção da doutrina neoliberal no discurso religioso das igrejas evangélicas. *Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, v. VI, n. 2-3, p. 63-77, abr./ago 1999; CAMPOS, Leonildo Silveira. O marketing e as estratégias de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus. Paper apresentado no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 6-9 set. 1999. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt17/art-gt17.html>>. Acesso em: 11 set. 2003.

¹¹⁹ PLANEJAMENTO Estratégico CBN - 2002/2007. Disponível em: <<http://www2.cbn.org.br/INTPlanej.asp>>. Acesso em 20 nov. 2002.

evangélicas", em especial as FMs, com significativo alcance nas áreas metropolitanas. A essa conjuntura soma-se o considerável aumento do número de produtos comercializados para os evangélicos. É possível encontrar produtos os mais variados, como roupas, cosméticos, doces, com marcas formadas por slogans de apelo religioso, versículos bíblicos ou, simplesmente, o nome de Jesus.¹²¹

Os grandes magazines também descobriram os consumidores evangélicos. Se, no passado, para um adepto ou simpatizante buscar artigos evangélicos, como camisetas, discos ou livros, o caminho era procurar as tradicionais "livrarias/lojas evangélicas", hoje ele pode ir a qualquer grande magazine ou rede de supermercados para encontrá-los. Importa também destacar que o mercado evangélico passa a representar uma fonte alternativa de renda e de trabalho para o crescente número de desempregados vinculados às igrejas.

Matéria do jornal *O Estado de São Paulo* indicou:

A palavra de Deus começa a ser uma boa fonte de negócios no Brasil. Calcula-se que o rebanho de evangélicos no País já supere 35 milhões de pessoas com necessidades de consumo iguais às que têm qualquer outro simples mortal. (...) Levantamento da Associação Brasileira de Editores Cristãos (Abec) mostra que, a cada ano, 2,5 milhões de pessoas se tornam evangélicas no País. Somente para a leitura de publicações com essa orientação religiosa, o mercado potencial brasileiro é de 15,3 milhões de consumidores. Em 1995, foram lançados no País, 282 títulos de Bíblias [sic], livros, jornais, revistas e outras obras que, somadas às 621 reimpressões feitas no ano passado, elevaram esse tipo de produção literária a 903 títulos.

¹²⁰ O presente trabalho enfatiza este fenômeno no campo das igrejas evangélicas, mas vale registrar que a Igreja Católica Romana experimenta similar processo, muito em virtude do crescimento do movimento carismático em seus arraiais. A escalada dos padres midiáticos como Marcelo Rossi, Zeca, Antônio Maria e outros, e sua produção fonográfica, e a presença maior nos canais de TV fechada, têm sido alvo de vários estudos no campo da comunicação e da sociologia da religião.

¹²¹ Matéria da revista *Exame* divulgou, em 1999, que a Embelleze, uma das maiores empresa de cosméticos do país, decidiu criar uma nova linha de produtos denominada "Beleza Cristã" voltada exclusivamente aos evangélicos. Xampus, cremes e perfumes ganharam nomes sugestivos, como Cajado, Promessa e Cordeirinho e os rótulos trazem estampados salmos e versículos. Além disso, os produtos não utilizam ingredientes de origens animais, como colágeno. Segundo a empresa, os evangélicos não são favoráveis ao sacrifício dos animais para fins industriais. A venda é feita de porta em porta, nos moldes da concorrente Avon. Cf. Este xampu vai fazer sua cabeça. *Exame On Line*, São Paulo, 10 fev. 1999. Disponível em: <http://www.exame.abril.com.br/edicoes/681/anteriores/conteudo_13152.shtml>. Acesso em 10 jun. 2003. "Blessed – o cosmético abençoado" é o nome da marca de produtos veiculada em anúncio de página ímpar da revista *Ultimato*, n. 272, set./out. de 2001. O texto que apresenta as linhas masculina e feminina de colônias e loções afirma: "Lendo nas Escrituras Sagradas vemos como o povo de Deus tinha e usava o que havia de melhor, e agora você que é raça eleita e sacerdócio real, pode usufruir o que há de melhor, com Blessed Cosméticos. (Leia Cantares 4:10 à 15) [sic] Através de um amplo estudo bíblico a Pisom Cosméticos desenvolveu e elaborou perfumes e produtos para o cuidado da pele, compostos de extratos de Aloés, Amêndoa, Cássia, Cálamo, Incenso, Mirra, Nardo, entre outros." (ver anexo).

No mundo fonográfico, há numerosas empresas brasileiras que começam a prosperar. A Bom Pastor, uma editora que também grava e distribui obras musicais, vende mais de 1 milhão de discos por ano.¹²²

Não foram só os grandes magazines que atentaram para esta nova realidade. Como mostra a reportagem de *O Estado de São Paulo*, as grandes empresas despertaram para ela. Dois exemplos são ilustrativos: o lançamento do celular “Fiel” da Ericsson – “O celular para quem acredita no poder da palavra” e toca até oito hinos diferentes ao receber chamadas; e a parceria Livrarias Siciliano-Universal Produções. O celular da Ericsson, desenhado inicialmente para os membros da Assembléia de Deus, a maior denominação evangélica do Brasil, com estimativa de 16 milhões de membros, oferece serviços como a “caixa de promessas eletrônica” (serviços de mensagens temáticas via SMS e portal de voz), além da distribuição de cartões de recarga de pré-pago veiculando mensagens bíblicas (ver anexo).

Outro exemplo é a parceria entre a Siciliano e a Editora Gráfica Universal, da Igreja Universal do Reino de Deus, para comercialização de literatura evangélica. A Siciliano, uma das maiores redes de livrarias do País, passou a abrir suas estantes para comercializar títulos de autores evangélicos. A idéia surgiu na Bienal do Livro realizada no Rio de Janeiro em maio de 2003, quando observou o grande sucesso de público do estande da Universal, conforme declarou à imprensa o gerente de vendas da rede, José Eduardo Xavier. Nos quatro sábados do mês de julho de 2003, inaugurando a parceria, autores da Universal com sucesso de vendas como Marcelo Crivella (bispo e senador) e Netal Furuchum tiveram encontros com o público em livrarias Siciliano.¹²³

Gravadoras importantes na indústria fonográfica no Brasil já estão abrindo espaço para o segmento evangélico, como a Top Tape que criou o selo “Top Music”. Além de discos, a Top Music já inaugurou uma livraria evangélica na cidade do Rio de Janeiro, a Encontro das Letras. A gravadora Som Livre passou a produzir, a partir de 2003, discos de cantores evangélicos.

As vendas de instrumentos musicais também são ampliadas por conta do mercado evangélico, conforme publicou o jornal *Folha de São Paulo*:

¹²² EVANGÉLICOS despertam interesse de empresas. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 15 set. 1996, Caderno B, Economia, p. 10.

¹²³ Cf. FEIRA do Consumidor Cristão movimenta 3,5 milhões de dólares. *Serviço de Notícias ALC*, Lima, 16 out. 2003. Boletim Eletrônico recebido por clauмага@uol.com.br em 16 out. 2003.

Os evangélicos estão impulsionando as vendas de instrumentos musicais. Segundo lojistas, eles representam 30% do movimento mensal, mas, dependendo da especialização, o percentual pode chegar a 90%, como na Braz Instrumentos Musicais.

Na WM Instrumentos Musicais, que está no mercado há oito anos, a venda para evangélicos varia de 30% a 40% do total, de acordo com Maurício Zago, 33, sócio.

Os fabricantes do setor também reconhecem o potencial de compra do grupo de religiosos. Nelson Eduardo Weingrill, 36, diretor da Weril, diz que os mercados mais importantes para sua empresa são os evangélicos e as bandas de cidades pequenas. A Weril fabrica instrumentos de sopro e está há 86 anos no mercado. Exporta 40% da produção.

O aumento das importações é um dos termômetros do crescimento do mercado. Segundo dados da Abemúsica (Associação Brasileira da Música), as importações de instrumentos saltaram de US\$ 11,3 milhões em 92 para US\$ 54,6 milhões em 95. José Dias, 42, proprietário da Dower, que importa teclados, afirma que suas compras estão em 600 unidades por mês. Segundo ele, as importações têm aumentado entre 20% e 25% a cada ano. Ela afirma que os produtos mais vendidos nas duas lojas e no instituto são violões e teclados. "Cada empresa tem que procurar um segmento para atuar." A Braz Instrumentos Musicais é especializada em sopro, mas também vende artigos de corda e percussão, entre mais de 60 itens. O faturamento mensal é de R\$ 35 mil/mês. "Trabalhamos muito com religiosos. As vendas para evangélicos chegam a 90% do total", afirma Adão Braz, 26, sócio.¹²⁴

Este despertar das empresas para o segmento evangélico respalda-se nos números. A revista *Veja*, em 2002, após a divulgação dos dados do censo brasileiro que indicou o crescimento da população evangélica, publicou reportagem especial que afirmou: "Somando tudo – de CDs a bares e instituições de ensino –, o mercado impulsionado pelos protestantes movimenta três bilhões de reais por ano e gera pelo menos dois milhões de empregos".¹²⁵

Esses levantamentos retratam a visibilidade alcançada pelos evangélicos nas últimas décadas e ampliada com a maior presença deles na mídia, consequência de todo o processo acima descrito. Isso se configura na atualidade como um aspecto destacado na promoção e nas transformações no cenário religioso evangélico brasileiro.

2.3.5 A ampliação da presença na mídia

A presença dos evangélicos na mídia não é novidade. A investigação sobre a intensa inserção de grupos religiosos nos meios de comunicação social, em especial no contexto norte-

¹²⁴ CRESCE venda de instrumentos musicais. Evangélicos impulsionam as vendas. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 23 jun. 1996, Caderno 6, p. 1.

¹²⁵ A FORÇA do Senhor. *Veja On Line*, São Paulo, 3 jul. 2002. Disponível em: <http://www.veja.com.br/030702/p_088.html>. Acesso em: 29 nov. 2003.

americano dos 1970, determinou a busca de conceitos e terminologias que sintetizassem o fenômeno em curso. De acordo com a pesquisa de Hugo Assmann, solicitada nos anos 80 pela *World Association for Christian Communication* (WACC) e publicada pela Editora Vozes – única obra extensa produzida no Brasil sobre o tema –, os termos mais utilizados para explicar a veiculação de programas religiosos pelos meios de comunicação social eletrônicos (TV e rádio) são: Igreja Eletrônica, Religião Comercial, Marketing da Fé, Messianismo Eletrônico e Assembléia Eletrônica. Cada um deles teria sido aplicado por estudiosos a partir da ênfase em um determinado aspecto relacionado à programação religiosa nos meios.¹²⁶

Assmann optou pelo termo “Igreja Eletrônica” para analisar os resultados de sua pesquisa sobre o impacto da veiculação de programas religiosos pela TV e pelo rádio na América Latina. Esta mesma escolha é feita pela maioria dos autores de artigos que abordam o tema e de acadêmicos que utilizam a nomenclatura em dissertações e teses.

A análise de Hugo Assmann contemplou a atuação dos principais televangelistas dos anos 70 e 80: Oral Roberts, Jerry Falwell, Jim Bakker, Robert Schüller, Paul Crouch, Robert Tilton, Bill Bright, Rex Humbard, Jimmy Sweagart e Pat Robertson. Destes apenas os três últimos fizeram sucesso no Brasil, com programas em horários comercializados com a TV Tupi, o SBT, a Rede Record e a Rede Bandeirantes, com a venda de publicações e com a realização de concentrações “evangelísticas” em estádios de futebol.

O eixo salvação-milagres-coleta de fundos era comum a todos, bem como o viés fundamentalista da interpretação bíblica, mas as ênfases na pregação variavam. Rex Humbard centrava a mensagem na família: a dele participava dos programas e cantava em conjunto – a música era destaque na programação. Ele não era explícito quanto a posições político-ideológicas e pregava a prosperidade econômico-financeira como bênção divina.

Jimmy Sweagart também aproveitava seu dom musical: tinha muitos discos gravados e os apresentava nos programas. Explorava também a retórica com longas pregações carregadas de intensa expressão corporal e emocional. Havia espaço na programação para cursos bíblicos e aulas doutrinárias, quando atacava fortemente as igrejas cristãs. Adepto da Nova Direita Religiosa pregava contra o comunismo e foi financiador da campanha dos “contras” que lutaram para derrotar o governo sandinista na Nicarágua. Pat Robertson foi o que teve menor presença no Brasil. Seu programa religioso era, na maior parte, de entretenimento e de

¹²⁶ Cf. ASSMANN, Hugo. *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1986. p. 19-20.

variedades, com forte ênfase na política neoconservadora norte-americana – um exemplo foi a campanha aberta pró-Ronald Reagan.

O fenômeno da intensa presença de evangelistas norte-americanos na televisão foi experimentado no Brasil no final dos anos 70 e durante os anos 80. A programação era exportada para todo o mundo e penetrou na América Latina com ampla aceitação do público. Os televangelistas compravam horários na grade das emissoras e retransmitiam os programas com dublagem.

Diferente dos grupos norte-americanos, a presença dos evangélicos brasileiros nos meios de comunicação sempre foi mais intensa no rádio – pela facilidade de aquisição de concessões ou de compra de espaços na grade das programações. Não são muitos os estudos sobre esta presença no rádio.¹²⁷ Os pentecostais foram os que mais investiram nesse meio: a Igreja Brasil para Cristo, a Igreja Deus é Amor e a Igreja Universal do Reino de Deus. Inicialmente, compravam horários nas grades das rádios AM, as mais populares, de maior público, e transmitiam seus programas por meio de centenas de emissoras. Outras igrejas evangélicas do ramo histórico de missão também buscavam espaço nessa mídia, porém com menor incidência.

Havia evangélicos proprietários de emissoras AM que as transformaram em rádios religiosas de tempo integral. As primeiras foram: Rádio Copacabana (desde os anos 50), Rádio Boas-Novas e Rádio Relógio, no Rio de Janeiro. Outras tinham programação quase totalmente evangelística: Rádio Tupi, Rádio Mulher, Rádio Clube de Santo André, Rádio ABC e Gazeta, em São Paulo. O mesmo dava-se em outras metrópoles brasileiras. A ênfase da programação era as curas e o exorcismo. A exacerbação desse modelo levou a Igreja Metodista no Rio de Janeiro, nos anos 80, por exemplo, a retirar um programa que veiculava na Rádio Copacabana.¹²⁸

Na TV, os primeiros televangelistas evangélicos brasileiros foram R. R. Soares, Nilson Amaral Fanini, Edir Macedo e Roberto MacAllister. Nilson Fanini, pastor batista, ascendeu nos anos de 1970 com o programa “Reencontro” veiculado pela TV Educativa do Rio de Janeiro, retransmitido em todo o País, com versão radiofônica. O programa televisivo viajou para outros países como África do Sul, Paraguai e Estados Unidos (Miami). A imagem de

¹²⁷ As principais abordagens publicadas são: SANTORO, Luiz Fernando, MANTORANO, Marina, ABREU, Emirene de Ávila. O rádio como instrumento mágico da fé. *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, n. 12, p. 23-28, out. 1984; SILVA, Carlos Eduardo Lins da Silva, COSTA, Lúcia. Messianismo Eletrônico. *Crítica da Informação*, São Paulo, n. 2, jun/jul. 1983, p. 16-27.

¹²⁸ Cf. ASSMANN, Hugo. *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina*. Petrópolis/São Paulo: Vozes/WACC, 1986. p.130-131.

Fanini era reforçada nas concentrações “evangelísticas” que ele realizava em estádios de futebol.

“Reencontro” era um programa de variedades com apresentações musicais, entrevistas e pregações. O apelo à “salvação em Cristo” era enfatizado com bases fundamentalistas e individualistas. A amizade com altos escalões do governo militar (Fanini foi aluno da Escola Superior de Guerra) rendeu ao pastor em 1983 a concessão por 15 anos do Canal 13 do Rio de Janeiro (o da extinta TV Rio), oferecida pelo presidente João Batista Figueiredo.¹²⁹ O ousado projeto de Fanini de gerenciar o que seria o primeiro canal de TV evangélico, a TV Ebenezer, foi frustrado e sua programação nem chegou a estrear. Após a tentativa mal-sucedida, o pastor Fanini afastou-se da mídia, o que não o impediu de continuar em destaque no meio evangélico, em especial o batista: é presidente da Convenção Batista Nacional e pastor de uma das maiores congregações batistas do Brasil: a 1ª Igreja Batista de Niterói/RJ.

R. R. Soares, o pastor-líder e fundador da Igreja Internacional da Graça de Deus, é o evangélico que está há mais tempo no ar: desde os anos de 1970. Após passar por diferentes emissoras, dirige atualmente sua própria rede de TV em UHF – a Rede Internacional de Televisão (RIT), com oito emissoras, em 2003. Nesse mesmo ano, passou a transmitir programa diário de uma hora, veiculado em horário nobre na Rede Bandeirantes comprado pela Igreja Internacional da Graça, o “Show da Fé”, além de possuir horário diário matutino na mesma emissora. A ampliação da presença da Igreja Internacional da Graça de Deus na mídia inclui ainda a propriedade de emissoras de rádio (nas faixas AM e FM), da Graça Editorial, da Graça Music (gravadora), da *Revista Graça* e da *Revista Graça Teen*. O portal On Grace (www.ongrace.com.br) é veículo de disseminação destes produtos.

R. R. Soares apresenta-se como missionário, sempre com trajes formais (de terno), e o formato do seu programa é o de um culto com ênfase na cura, no sucesso econômico-financeiro e nas longas pregações. É dado espaço para depoimentos sobre curas e outras “bênçãos” alcançadas pelos adeptos, na maior parte das vezes durante o próprio programa. Há tradução simultânea para a linguagem gestual a fim de atingir os surdos-mudos. A coleta de ofertas para o programa, a venda de publicações e o convite para participar de cultos na Igreja da Graça são outros ingredientes da programação, que recentemente vem-se rendendo ao

¹²⁹ Cf. CARDOSO, Onésimo de Oliveira. Canal 13, TV Fanini. *Tempo e Presença*. Rio de Janeiro, n. 228, mar. 1988, p. 18-19. O presidente Figueiredo já havia recebido significativo presente de Nilson Fanini. Ele foi o convidado especial da concentração do Maracanã de agosto de 1982. Acompanhado de cinco ministros de Estado, discursou para os 120 mil evangélicos que lá estavam, em campanha para o PDS nas eleições que se processariam dali a três meses.

mercado evangélico, e cedendo espaço à apresentação de cantores em evidência nas principais gravadoras *gospel*.

Edir Macedo, o líder maior da Igreja Universal do Reino de Deus, após os escândalos financeiros nos quais esteve envolvido na segunda metade dos anos 80 e que chegaram a provocar sua prisão, tem presença bastante restrita na mídia, a despeito de todo o império de comunicação construído pelo seu grupo. A Igreja Universal do Reino de Deus era, até 2003, proprietária de 21 emissoras de televisão, distribuídas em duas redes de TV (a Rede Record, a terceira rede de canal aberto do País, e a Rede Mulher, que opera em UHF), e de 30 de rádio (dentre elas 23 FM evangélicas operam em rede: a Rede Aleluia). Para ampliar este império, a Universal criou duas empresas para disputar as novas concessões que estão sendo oferecidas pelo governo em concorrências públicas. Ela só perde em número de concessões próprias de TV para as Organizações Globo (com 18 emissoras) e divide o segundo lugar com a RBS, da família Sirotsky.¹³⁰

A Igreja Universal do Reino de Deus possui ainda a Universal Produções, na qual estão integradas: a gravadora Line Records, a Editora Universal, uma produtora de vídeos e cd-roms, o jornal *Folha Universal* (com tiragem de 1 milhão e 500 mil exemplares), a *Revista Éster* (voltada para o público feminino) e a *Revista Plenitude*. O portal Arca Universal (<http://www.arcauniversal.com.br>) torna possível o acesso *on-line* a toda esta produção. Aliada a estes produtos está a Fundação ABC, braço social da igreja.

Roberto McAllister, fundador da Igreja Pentecostal de Nova Vida, já nos anos de 1960 apresentava os programas Ponto de Contato (TV Rio) e Coisas da Vida (TV Tupi), nos quais entrevistava pessoas para colher relatos de experiências com Deus. Sem muitos investimentos com meios de comunicação, a única aquisição registrada pela Igreja de Nova Vida é a Rádio Relógio Federal AM.

Um grupo com espaço consolidado no rádio é a Igreja Pentecostal Deus é Amor, liderada por Davi Miranda. A presença nessa mídia tem sido marca da igreja desde os anos 70, com

¹³⁰ Cf. MALIN, Mauro. Riscos do monopólio. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, Dossiê, 5 mai. 1987. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/cadernos/do0505c.htm>>. Acesso em: 12 mai. 2002; LOBATO, Elvira. Concessões crescem em família. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, 20 set. 2000. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/qtv/200920008.htm>>. Acesso em 12. fev. 2003; ROLDÃO, Ivete Cardoso C.O governo FHC e a política de radiodifusão. Paper apresentado no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt27/art-gt27.html>>. Acesso em: 12 fev. 2003. [A identificação das emissoras de propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus é difícil porque as concessões são registradas em nome de pastores, bispos, executivos e parlamentares da igreja. Em nome do bispo Edir Macedo existem apenas cinco rádios e duas emissoras de TV, a Record de Ribeirão Preto e a Record de São Paulo.](#)

espaços próprios ou comprados para retransmissão de cultos e do tradicional programa “Voz da Libertação”, produzido em estúdio montado na sede da igreja, localizada próxima ao centro da cidade de São Paulo. O investimento tem sido feito em emissoras da faixa AM, já que o público-alvo da Igreja Deus é Amor é a população de baixa renda: a retransmissão dos programas, feita em 500 emissoras nos anos de 1980, chegou em 2000 a mais de oito mil emissoras.

A Igreja Deus é Amor tem ampliado a propriedade de mídia: de três emissoras de rádio na década de 80, saltou, em 2003, para cerca de 20 emissoras. Dados daquele ano indicam que 11 empresas em nome de pastores e adeptos estão registradas na concorrência de 649 concessões de rádios FM espalhadas pelo País – o equivalente a 40% das concorrências de rádios FM colocadas à venda pelo governo nos últimos cinco anos.¹³¹ A igreja também possui duas gravadoras, a Voz da Libertação e a Reviver Records, e as revistas *Expressão Jovem* e *Ide*. A ação social é realizada por meio da Fundação Reviver. Outro veículo de comunicação é a página eletrônica da igreja (www.ipda.org).

A partir de 1986 um novo grupo evangélico que ganhou expressiva presença na mídia foi a Igreja Renascer em Cristo, que possuía, em 2003, 17 emissoras de rádio (em rede na faixa FM – a Rede Manchete Gospel), a Rede Gospel de TV – UHF, a Manchete-SAT (que retransmite a programação de rádio e TV para todo o Brasil), a gravadora Gospel Records, a editora Publicações Gamaliel (também produtora de cd-roms), a revista *Gospel* e o portal IGospel (<http://www.igospel.com.br>). A Igreja Renascer tem também a Fundação Renascer, responsável pelos projetos sociais do grupo. Destacam-se neste segmento o casal Sonia e Estevan Ernandes (profissional da área de marketing), fundadores da igreja, respectivamente, bispa e apóstolo.¹³²

¹³¹ Cf. LOBATO, Elvira. Igreja evangélica disputa 649 licenças de FM. *Observatório da Imprensa*. São Paulo, 8 jan. 2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp080120035.html>>. Acesso em: 12 fev. 2003. Os limites de propriedade de rádios FM, por lei, são de seis concessões em âmbito nacional, por empresa, o que pode levar as empresas ligadas à Igreja Pentecostal Deus é Amor a adquirirem o equivalente a 66 emissoras.

¹³² No início dos anos de 1990, quando a Igreja Renascer em Cristo começou a ganhar destaque, a imprensa já havia atentado para o carisma do casal Hernandes e dedicado especial atenção para a primeira bispa do Brasil, Sonia Hernandes. Ela ganhou o apelido “Perua de Deus”, expressão-título da matéria de capa publicada pela *Revista da Folha*, encarte do *Jornal Folha de São Paulo*, 22 mai.1994. No ano de 2002, a revista *Época* publicou matéria-denúncia de capa, em que aborda a corrupção da família Hernandes no trato com o patrimônio acumulado pela Igreja Renascer em Cristo (O LADO sombrio da Renascer. *Época On Line*, São Paulo, 20 mai. 2002. Disponível em: <<http://www.epoca.globo.com/edic/209/especialgolpea.htm>>. Acesso em: 24 jun. 2003). A repercussão da matéria levou Gugu Liberato, apresentador do *Programa do Gugu* – programa que disputa a maior audiência das tardes de domingo – a convidar o casal para defesa, ao vivo, no dia do lançamento da revista (PROGRAMA do Gugu. São Paulo: SBT, 19 de maio de 2002). Durante um expressivo tempo, o casal defendeu-se das acusações, classificando a matéria publicada como “obra do Inimigo [Satanás]” para

Uma igreja do ramo de renovação ou carismático que conquistou reconhecimento entre os evangélicos por meio da presença na mídia é a Batista da Lagoinha (bairro da cidade de Belo Horizonte/MG). Excluída da Convenção Batista Brasileira nos anos de 1970, juntamente com outras 31 igrejas batistas, por conta do movimento de renovação com bases pentecostais que experimentava, a Igreja Batista da Lagoinha estabeleceu-se como independente e orgulha-se de ter alcançado, na primeira metade do ano de 2003, uma membresia de mais 25 mil pessoas.

A presença na mídia foi consolidada com a atuação do Ministério Diante do Trono, um dos 100 grupos de trabalho da igreja voltado para a produção musical. O Ministério, ancorado pela família Valadão, que também lidera a igreja, possui expressiva discografia com produção independente¹³³, produz DVDs e vídeos das apresentações realizadas na igreja e em espaços públicos, edita livros, tudo com a marca “Diante do Trono”, que é comercializada em lojas da igreja e também por meio do Portal Lagoinha (www.lagoinha.com). Além do espaço comprado na programação da Rede TV com o Programa Diante do Trono, a Igreja Batista da Lagoinha avançou e adquiriu o próprio canal de TV em julho de 2002: o canal 21 de Belo Horizonte, Rede Super Gospel, também transmitido em UHF pelo canal 23, atingindo mais 35 cidades daquela região metropolitana.¹³⁴

A Rede Boas Novas de Rádio e TV (RBN), adquirida pelo pastor Samuel Câmara, da Assembléia de Deus de Belém/PA também tem conquistado espaço no País. Iniciada em 1993, apresenta-se como uma rede de comunicação totalmente dedicada ao mundo evangélico e tornou-se a maior rede voltada para o segmento. A RBN Rádio alcança quatro estados do Brasil e almeja chegar a mais três, o que faz por meio de seis emissoras e um canal de satélite, o Jesus SAT Rádio. A programação de TV é gerada em três núcleos de produção (Manaus/AM, Belém/PA e Rio de Janeiro/RJ). A rede cobre dez estados.

Vários proprietários de rádios com programação exclusivamente evangélica são políticos ligados a alguma igreja (deputados federais, estaduais e senadores) que conseguem as

desestabilizar a igreja em crescimento, ao mesmo tempo em que ouviu diversas pessoas por telefone, também ao vivo, que reforçavam as denúncias da revista. Sonia Hernandez chegou a alterar-se no palco. Gugu perdeu em 1999 a disputa da compra da Rede Manchete para a Igreja Renascer. Sonia Hernandez também apareceu, no dia seguinte, como convidada do programa *Superpop*, apresentado por Luciana Gimenez, para o qual colocou condições de participação, como a não-abertura de espaço para telefonemas e a ameaça de sair do palco no caso de descumprimento do trato.

¹³³ Os CDs do Diante do Trono permaneceram, no primeiro semestre de 2003, entre os três títulos mais vendidos na Parada *Gospel* do Nopem (empresa de pesquisa do mercado fonográfico). Cf. Revista do Nopem. Rio de Janeiro: Nopem, janeiro a julho de 2003. Mensal.

¹³⁴ O canal 21 de Belo Horizonte – a Rede Super – foi inaugurado em maio de 1997 pelos jornalistas Alberico Souza Cruz e Lauro Diniz para ser um canal de notícias. Com equipamento de ponta e localização privilegiada na cidade, conseguiu ser operado apenas por cinco anos, quando foi vendido para a Igreja Batista da Lagoinha. Cf. REDE Super. Disponível em: <<http://www.redesuper.com.br>>. Acesso em: 14 abr. 2003.

concessões com base nos vínculos com a Câmara Federal. Um empresário de comunicação de destaque no meio evangélico, por exemplo, é o deputado federal licenciado, em 2003 secretário de Transportes da cidade do Rio de Janeiro, Arolde de Oliveira. Ele é detentor do Grupo Arolde, que agrega a gravadora MK Publicitá, líder no mercado fonográfico *gospel*, a Rádio El Shaddai 93 FM (Rio de Janeiro), a MK Editora, a revista *Enfoque Gospel*, o programa Conexão Gospel, veiculado pela Rede TV, aos domingos, com uma hora de duração, e o portal Elnet (www.elnet.com.br).

Outro político evangélico influente no rádio é o ex-deputado federal Francisco Silva. Ele adquiriu em 1986 a Rádio Melodia FM, localizada na cidade de Petrópolis, transformando-a na primeira rádio FM brasileira 100% evangélica. A Rádio Melodia FM alcançou em 2003 a posição de quinta emissora do Brasil em média de ouvintes por minuto.¹³⁵ A partir dela, Francisco Silva ampliou suas propriedades para nove emissoras de rádio FM, que operam por meio da Rede Melodia em estados de norte a sul do Brasil. O Portal Melodia (www.melodia.com.br) é um veículo de comunicação suporte.

Tentar um levantamento da presença evangélica na mídia brasileira, em especial no rádio, que vá além destes grandes grupos acima citados, é deparar-se com uma tarefa de difícil empreendimento. Não há estatística da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e de TV (Abert) e nem levantamento preciso é possível diante deste universo. Um extenso número de emissoras de rádio e de publicações impressas está nas mãos de diferentes indivíduos e grupos evangélicos. Além de espaços comprados há a prática do arrendamento de rádios.¹³⁶ Algumas igrejas dedicam-se também à produção de CDs de música evangélica, como é o caso das Comunidades (Evangélica e da Graça), com produção independente, da Assembléia de Deus, com a gravadora Patmos, e da Igreja Batista, com as gravações produzidas pela editora Juerp. As igrejas históricas também encontraram na internet um veículo para alcance de maior público: todas possuem portais ou páginas eletrônicas.¹³⁷

¹³⁵ Fonte: IBOPE Audiência/Rádio, março a maio de 2003. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/midia/audiencia/radio/radio_top5_2f.htm>. Acesso em 18 jun. 2003. Praças pesquisadas (regiões metropolitanas): São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Distrito Federal. Período: todos os dias da semana, das 5h às 24h. Na pesquisa do Ibope, a Rádio Melodia FM, Rio de Janeiro, alcançou a média de 143.422 ouvintes por minuto.

¹³⁶ Todas as igrejas do ramo histórico, de missão e pentecostais, possuem programas em rádio. Na TV, espaços são vendidos para pentecostais pela RIT, pela Rede *Gospel* e pela CNT – transmissão nacional –, não consideradas as emissoras regionais.

¹³⁷ As igrejas Metodista, Batista e Assembléia de Deus tiveram amplo investimento na mídia impressa ao longo de sua história, respectivamente com a Imprensa Metodista, a Editora Juerp e a Casa Publicadora das Assembléias de Deus (CPAD), todas com parques gráficos próprios. A Imprensa Metodista, com produção mais voltada para o público interno, foi extinta no final dos anos de 1980. A Juerp e a CPAD, com produção mais diversificada para um público mais amplo, possuem centenas de livros publicados, além de editarem títulos

2.3.6 A busca de inculturação no mundo urbano

Um dos maiores fenômenos sociais do século XX em todo o mundo, o crescimento urbano atingiu no Brasil do ano 2000 a taxa de 81,25%. Muito tem sido estudado sobre o fenômeno tanto no campo da sociologia e da antropologia quanto no da arquitetura e do urbanismo. Como fenômeno, a urbanização contemporânea representa não só a ampliação de cidades e o surgimento de metrópoles e megalópoles, mas também a criação de novas estruturas, funções e modos de vida. A atenção dos estudos tem-se voltado para as transformações da própria concepção do urbano e da cidade neste contexto. Há quem questione o próprio conceito de cidade, indagando-se a respeito da defasagem dele perante a complexidade desse mundo urbano contemporâneo.¹³⁸

Os estudos da religião e os teológicos não estão desatentos ao fenômeno; pelo contrário, seu impacto sobre as formas e a experiência religiosa tem sido abordado por um significativo número de estudiosos. Uma das análises tem apontado para os efeitos na degradação da vida: déficit de moradia, de emprego, colapso nos sistemas básicos de abastecimento de água e luz, de esgotamento, de transporte, altos índices de poluição do ar e do som, de criminalidade. Estes efeitos têm produzido, segundo os analistas, anticidades.¹³⁹

Outro tipo de análise dedica-se ao estudo dos efeitos da pós-modernidade e da globalização sobre as cidades, que as identifica como sociedades pós-industriais. Nelas há a ruptura com os modelos urbanos modernos, em especial no que se refere às formas de comunicação e

variados de periódicos para diversos segmentos evangélicos. A Juerp viveu crise financeira grave nos anos de 1990, quase chegou à falência, mas mantém-se apoiada na igreja, que é a maior denominação histórica de missão do Brasil. A CPAD tem mais estabilidade, com parque gráfico de primeira linha no Rio de Janeiro, com prestação de serviços a terceiros, e o suporte da Assembléia de Deus – a maior denominação evangélica do Brasil com cerca de três milhões de membros.

¹³⁸ Sobre o tema ver HABERMAS, Jürgen. *Arquitetura Moderna e Pós-Moderna* *Novos Estudos Cebap*. São Paulo, n. 18, p 115-124, set. 1987.

¹³⁹ A Conferência Habitat II, realizada em 1996 em Istambul, Turquia, segunda edição da conferência promovida pela ONU em 1976 para discutir os assentamentos humanos no planeta, dedicou atenção à questão urbana, tendo em vista políticas para o século XXI. Para a conferência foram criados indicadores a fim de analisar os assentamentos humanos e formular soluções para os problemas. Um dos maiores obstáculos identificados foi a falta e as péssimas condições de moradia. Ao tratar o tema da violência urbana, São Paulo foi indicada como exemplo de anticidade. O medo da violência serviu de base para a indicação, pois mudou a cidade ao “tirar” as pessoas das ruas, que passaram a dar preferência aos shoppings ou condomínios fechados. Outros exemplos de anticidades são: a pobreza, a má distribuição de renda, a desagregação familiar e as aglomerações urbanas. Cf. FERNANDES, Maria Augusta. *Indicadores de qualidade de vida: um estudo de caso em quatro áreas periféricas do DF*. Brasília: Ibama, 1998. (Meio Ambiente em Debate, 23).

interação social, resultado de um salto tecnológico proporcionado em especial pela computação.¹⁴⁰

Tanto uma quanto outra abordagem encontram-se na avaliação das conseqüências do fenômeno contemporâneo da urbanização sobre a cultura urbana.¹⁴¹ A degradação da vida e a formação das sociedades pós-industriais no mundo urbano contemporâneo delineiam um novo modo de vida nas cidades, que pode ser sistematizado nas seguintes características: surgimento de “não-lugares”, surgimento das tribos urbanas, predomínio de novas tecnologias de comunicação e do audiovisual, pluralismo étnico (migrações), segregação, privatização da vida coletiva, individualismo e fuga de contatos face a face, confinamento em ambientes e redes sociais restritas, consumo permanente de bens e investimento privado em espaços culturais e de lazer.¹⁴²

¹⁴⁰ Dentre os vários estudos desta perspectiva, além de Habermas (já citado), são aqui destacados: AUGÉ, Marc. *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994; CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e Cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

¹⁴¹ Há diferentes formulações conceituais de cultura urbana. Uma delas parte do princípio antropológico restrito, descritivo. Um exemplo é o conceito elaborado por José Guilherme Cantor Magnani: “o conjunto de códigos induzidos por, e exigidos para o uso de equipamentos, espaços e instituições urbanas e responsáveis pelo desempenho das formas de sociabilidade adequadas”. MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Transformações na cultura urbana das grandes metrópoles*. In: MOREIRA, Alberto da Silva (Organizador). *Sociedade Global. Cultura e Religião*. 2. ed. Petrópolis/São Paulo: Vozes/Universidade São Francisco, 1999. p. 58. Outras formulações, com base na concepção de cultura como modo de vida, adicionam ao conceito antropológico restrito elementos como as estratégias locais de vida e sobrevivência nos assentamentos urbanos; as normas, os direitos, os deveres, os costumes, a linguagem, os comportamentos, as perspectivas criados e negociados nos domínios do público e do privado do mundo urbano. Esta perspectiva está presente em formulações como as publicadas em CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Artes de Fazer. Petrópolis: Vozes, 1994 ou AUGÉ, Marc, op.cit. Ao referir-se à cultura urbana, este trabalho orienta-se pela segunda perspectiva compreendendo-a como os modos de estar na cidade, os modos como os habitantes das cidades experimentam a dinâmica sociocultural do espaço que habitam.

¹⁴² Cf. MAGNANI, José Guilherme Cantor. Op.cit; MARTIN-BARBERO, Jesús. Cidade Virtual: novos cenários da comunicação. *Comunicação e Educação*, São Paulo, n. 11, jan./abr. 1998, p. 53-57; CERTEAU, Michel. *A invenção do Cotidiano*. Op. cit. AUGÉ, Marc, op. cit. O não-lugar é um conceito criado por Michel de Certeau para referir-se às novas relações com o espaço na cidade. O “não-lugar” é a “maneira de passar” dos habitantes da cidade. A cidade transformou-se, para Certeau, num pulular de passantes, na circulação incessante de pessoas – “Caminhar é falta de lugar”. Marc Augé desenvolve a noção criada por Certeau, atribuindo-a como fruto da supermodernidade. O não-lugar é o não-lar, o não-privado. São espaços públicos de circulação como meios de transporte e suas estações de embarque e desembarque, os hotéis, supermercados e centros comerciais. Quem habita o não-lugar está acompanhado mas ao mesmo sozinho. Para habitar não-lugares uma coleção de símbolos é criada na supermodernidade: tíquetes, cartões magnéticos (de crédito, de telefone). Nos modos de vida que se criam no urbano, o não-lugar também se transforma em lugar, pois é passível de constituição de relações nele (juventude que freqüenta shoppings, por exemplo; ou idosos em fila de bancos ou supermercados que criam comunidades). As tribos urbanas são fruto da diversidade étnica, religiosa, do nível de condição financeira, de escolaridade do urbano contemporâneo. Ao mesmo tempo em que as estruturas urbanas impõem massificação, possibilitam a diversificação e a pluralidade. É aqui que surgem as tribos urbanas, organizadas a partir do compartilhamento de estilos de vida, resultado de uma necessidade de pertencimento, formados por atitudes, padrões de consumo, gostos, crenças e vínculos de sociabilidade. Maior destaque é dado a tribos como *punks* e *drag queens*, expostos como exemplos do mundo urbano contemporâneo. Mas há, por exemplo, no Brasil, os grupos de rap, de capoeira, os surfistas.

As igrejas evangélicas no Brasil experimentaram as primeiras consequências da urbanização no início da primeira metade do século XX, como já mencionado anteriormente. Inseridas fortemente no mundo rural, as práticas religiosas da cultura protestante histórica foram forçosamente adaptadas ao mundo urbano com os movimentos migratórios dos anos de 1950.

A dificuldade na adaptação é observada ainda hoje, quando as igrejas do PHM ainda insistem em manter práticas criadas a partir da vivência rural, como o estabelecimento do horário de reuniões e cultos. No contexto rural era possível estabelecer dois horários de programação aos domingos: o primeiro bem cedo, pela manhã, com culto e Escola Dominical (catequese), e o segundo no final do dia para o culto principal. Também era possível estabelecer programações em dias úteis, pela manhã e à noite (reuniões e estudos bíblicos eram agendados). Após investirem presença na cidade, as igrejas mantiveram as mesmas práticas e até hoje vivem a crise do esvaziamento das programações em dias úteis e nas manhãs de domingo. A prática da vinculação formal a uma igreja local e do compromisso concretizado na presença nas atividades dessa comunidade intensifica a crise.

Há dificuldade de as igrejas históricas assimilarem que a dinâmica urbana, das longas distâncias, do transitar permanente, das múltiplas atividades seculares, dos vários turnos, torna impossível para uma grande parcela de sua membresia que tem o domingo como único dia de descanso (desconsiderada aqui a larga população das cidades que trabalha em plantões – de transportes, de portarias, para segurança, em postos médicos, em companhia, etc.) acordar cedo e dedicar toda a manhã a um compromisso. Também não é fácil assimilar que é impossível para boa parte dos frequentadores, cuja atividade formal em dias úteis seja apenas a de vínculo empregatício, deixar o local de trabalho às 18h, ter acesso ao transporte público e, na maioria dos casos, cruzar a cidade para estar às 19h30 ou 20h na igreja.

Essa situação não é enfrentada pelas igrejas pentecostais. Adaptadas à lógica urbana, boa parte delas está aberta durante 15 a 18 horas por dia, algumas por 24 horas. A programação varia entre cultos e reuniões de oração. As pessoas que frequentam essas igrejas escolhem os horários que lhes são convenientes. Algumas “passam” pela igreja antes se dirigirem ao trabalho a fim de receberem bênção para o dia, outras o fazem após o trabalho. A pouca ênfase na vinculação formal e de compromisso com uma igreja local específica possibilita o trânsito e o acesso ao local mais próximo, na hora que convier. As igrejas pentecostais que buscam manter a tradição da programação com poucos horários respondem às demandas urbanas definindo apenas um horário aos domingos (à noite, na maioria dos casos) e um ou dois encontros vespertinos durante a semana, voltados para grupos específicos (casais,

mulheres ou jovens). As noites de sábado são normalmente dedicadas a encontros musicais, festas e festivais destinados preferencialmente aos jovens.

A definição dos horários é apenas uma ilustração de como práticas pentecostais contemporâneas buscam responder às demandas do mundo urbano. A pouca ênfase na vinculação formal a uma comunidade, a facilitação do trânsito religioso e a pregação individualista são outras características da inculturação da religião ao urbano, que se agregam a elementos já analisados aqui, como a oferta de bens religiosos para consumo e a espetacularização proporcionada pelo acesso à tecnologia e à mídia. A pregação da prosperidade e da guerra espiritual, a oferta de cura para doenças e de exorcismo do mal são alívios diante da degradação da vida promovida pela explosão urbana. O dualismo sagrado-profano, igreja-mundo, mantido na pregação evangélica, proporcionou a criação das tribos evangélicas – jovens que unem lazer e vivência religiosa, como nas noites de sábado – e dos espaços de consumo e lazer evangélico.¹⁴³

Todo esse contexto revela como o cenário religioso evangélico no Brasil tem sofrido significativas transformações nas últimas duas décadas, o que media a configuração de novas formas culturais religiosas. A cultura *gospel*, objeto desta pesquisa, é uma delas e o seu estudo certamente contribuirá para o debate contemporâneo sobre as culturas.

¹⁴³ José Comblin, ao analisar a nova face da religião popular, do ponto de vista do catolicismo, compara as transformações no pentecostalismo, experimentadas no cenário evangélico a partir dos anos de 1980, com a nova religião popular católica expressa na Renovação Carismática Católica. O teólogo aponta o “fenômeno” padre Marcelo Rossi como ilustrativo desta nova religião, pois “responde diretamente às aspirações religiosas e à cultura do ser urbano. (...) Agora, a pessoa faz a experiência de Deus no seu coração, nos seus sentimentos, nas suas emoções religiosas. (...) O padre Marcelo representa a perfeita inculturação na cultura urbana. De saída, adota o modo de expressão cultural básico da nova cultura urbana: o show. Adota o show como meio de expressão religiosa. (...) No show, as pessoas solitárias da civilização urbana sentem-se envolvidas numa grande comunidade, experimentam o calor da multidão de milhares de pessoas, todos irmãos e irmãs. No show está a resposta das frustrações da vida na cidade: isolamento, solidão, falta de sentido, aborrecimento da multidão solitária, das filas, das viagens de ônibus, em pé, do estresse do trabalho, da insegurança, do medo de perder o emprego. O show não é espetáculo: é incorporação no movimento da vida”. COMBLIN, José. Nós e os outros. Os pobres frente ao mundo globalizado. In: SUESS, Paulo (Organizador.) *Os confins do mundo no meio de nós*. São Paulo: Paulinas, 2000. p. 124-126.

INTERLÚDIO I

ELUCIDAÇÕES A PARTIR DOS OLHAR SOBRE OS REFERENCIAIS TEÓRICOS EM COMUNICAÇÃO, CULTURA E RELIGIÃO

Elucidação 1: Cultura é mediação e é mediada

A compreensão de que as culturas não são estáticas mas estão em permanente construção a partir dos novos sentidos que emergem da vivência dos diferentes grupos e entre eles mesmos leva a novas formas de pensar a cultura religiosa. Uma delas é a noção de que a ela é mediação mas ao mesmo tempo é mediada por estruturas sociais, comportamentos, padrões culturais, cosmovisão construída individual e coletivamente, situações políticas e econômicas das mais diversas e que ela acontece em um contexto sócio-histórico específico.

Estudiosos da comunicação depararam-se com a necessidade de conceituar de forma mais concreta a noção de “mediações”, o que os levou à elaboração de tipologias. Com a finalidade de melhor articular a análise do objeto desta tese e de responder de forma mais objetiva às demandas metodológicas que a ela se imprimem, foi realizado um exercício de elaboração de uma nova tipologia para a compreensão do lugar da mídia na trama das mediações.¹⁴⁴ O quadro a seguir pode ser intitulado “Mediações que operam na cultura religiosa”.

¹⁴⁴ Esta tipologia certamente não esgota o exercício de elaboração diante da complexidade do tema. Buscou-se, basicamente, adaptar formas apresentadas em OROZCO-GOMEZ, Guillermo La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva. *Diálogos de la comunicación*. Lima, n. 30, p. 55-63, jun 91, e LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Metodologia para o estudo de recepção de telenovelas no Brasil. *Comunicação e Sociedade 2*. São Bernardo do Campo, vol. 14, n. 1-2, p. 93-112, 2000. (Cadernos do Noroeste,

Identidade pessoal	Elementos que caracterizam o adepto como indivíduo: idade, gênero, local de origem, cor da pele, estado civil
Realidade cotidiana	Elementos que dão forma à vivência do dia-a-dia dos adeptos: local de moradia, tipo de trabalho/forma de sobrevivência, rotina diária, envolvimento com a família, envolvimento com outros círculos (vizinhança, amigos, associações), opções de lazer.
Nível de formação e informação	O conjunto de conhecimentos adquiridos formal e informalmente por meio de veículos como a escola e outros meios de formação/informação (noticiário, livros)
Sistema eclesiástico	As formas de institucionalização da comunidade religiosa à qual o adepto está vinculado: a doutrina, a condução da liderança religiosa, normas e costumes
Sistema sociopolítico e econômico	A estrutura sociopolítica e econômica que conduz a realidade cotidiana dos adeptos: as políticas socioeconômicas e culturais implementadas pelo sistema vigente com base no ajuste neoliberal, a globalização da economia
Meios de Comunicação	Os meios de comunicação de massa – rádio, televisão, jornais, revistas, discos, cinema – que intensificam a experiência religiosa por meio do conteúdo de suas mensagens, sua linguagem e sua tecnologia

Diante dessa complexidade torna-se necessário evocar o desafio, já mencionado anteriormente, de o olhar comunicacional sobre a cultura não se restringir à análise culturalista cujo foco é uma abordagem mais psicológica ou antropológica. Urge, portanto, diante das bases teóricas que se colocam, levantar as indagações relacionadas às mediações no campo sociopolítico e econômico no processo de explosão de novas manifestações culturais e a construção de hegemonia que está aí imbricada e, ao mesmo tempo, sobre o entrecruzamento de elementos distintos na formação da cultura *gospel*. Os questionamentos e a busca de respostas remetem à noção de hibridismo cultural. E aqui se alcança um ponto crucial deste trabalho, que é justamente a tese nele defendida: o *gospel* é uma cultura e é uma *cultura híbrida*.

Comunicação). Aqui toma-se por objeto a experiência religiosa e por princípio a afirmação de Orozco-Gomez que “assumir a la audiencia como sujeto (...) supone, em primer lugar, entenderla como um ente em la situación y, por tanto, condicionado individual y colectivamente, que se ‘va constituyendo’ como tal de muchas maneras y diferenciando como resultado de su particular interacción con la TV y, sobre todo, de las diferentes mediaciones que entran en juego em su proceso de recepción”. Ibidem. p. 55.

Elucidación 2: *Gospel* é cultura e é cultura híbrida

Importa, pois, neste ponto, apresentar a elucidação do conceito de hibridismo, na forma como será desenvolvido nos capítulos que se seguem. Antes, vale registrar que um longo e tenso caminho teórico precisou ser trilhado para se buscar apoio no conceito de hibridismo cultural. A tensão deveu-se aos questionamentos que emergiram da polaridade que o campo dos estudos culturais apresenta hoje ao lidar com o tema. Que opção teórica deveria tomar uma pesquisa como esta que tem por objeto as manifestações culturais no campo religioso evangélico brasileiro? Especificamente, como tentar compreender o fenômeno do entrecruzamento de aspectos da tradição protestante e das demandas de bens simbólicos religiosos que nascem da matriz religiosa brasileira com as manifestações da modernidade presentes nas propostas religiosas pentecostais, no fenômeno urbano brasileiro, no avanço da ideologia do mercado de consumo e na cultura das mídias?

Como conceituar, pois, este entrecruzamento que produz a manifestação cultural aqui denominada “cultura *gospel*” e que une elementos tão distintos e até passíveis de tensões? Reconhecer o encontro do tradicional e do moderno representou algo imperativo no procedimento de pesquisa. Ao mesmo tempo, fazer a pergunta pelos sujeitos deste processo e pelas relações de poder que os envolvem tornou-se outro elemento imperativo. Fez-se necessário descrever o que acontece no campo religioso evangélico hoje no Brasil e que possibilita a formação desta nova expressão cultural religiosa, o *gospel*. Mas foi preciso também caminhar mais fundo e perguntar, de forma crítica, o que o *gospel* representa culturalmente para os evangélicos no Brasil. O crítico aqui não significa condenação da cultura *gospel* mas ir além do aspecto meramente descritivo e assumir uma atitude crítica ética.¹⁴⁵

Neste caminhar, algumas premissas tornaram-se básicas:

¹⁴⁵ Aqui este trabalho evoca a contribuição de Maria Cristina Matta e sua condenação das teorias complacentes. “Hay otra gente (...) que no se limita a describir los cambios culturales. Gente digo, que viendo lo que esta pasando se cuestiona si esto es lo único que es posible que exista hoy y si tenemos realmente que asumir una actitud de condena ante esto. Si uno piensa que esto no le conviene al hombre, al ser humano, entonces yo creo que aquí si hay un cambio, gente que esta tratando de comprender, por ejemplo, que le pasa a grupos a lo mejor muy pequeños de población, (...) los jóvenes, la mujeres. Pero no para describir complacientemente estos nuevos rasgos culturales sino para preguntarse en qué se esta transformando la vida de esa gente. (...) Antes nuestras críticas eran muy globales, hoy pensamos que hay que entender más a fondo lo que sucede pero no simplemente para describir, sino para tomar una actitud de crítica frente a eso, que yo creo que es una crítica de tipo ético”. MATA, Maria Cristina. El consumo desde una perspectiva critica. *Estudios venezolanos de Comunicación*, Caracas, n. 81, p. 56-59, 1º. trim 93. Entrevista. p. 56.

- (1) O termo hibridismo é dotado de conotação negativa, na forma como foi utilizado originalmente tanto nas ciências biológicas quanto nas ciências humanas – nele estão embutidas as noções de ultraje, anomalia, existência estéril. Ele deu base para as noções genéticas e antropológicas que buscaram teorizar as mestiçagens e as misturas étnicas, o que forneceu conteúdo para teorias racistas e justificadoras da submissão de grupos sociais.
- (2) Teóricos culturalistas fazem uso do termo, inspirados em Mikhail Bakhtin – que o utilizou para explicar um fenômeno da linguagem –, e buscam dar uma conotação positiva: o hibridismo cultural. Uma corrente o coloca na forma contrária às idéias de cultura nacional/homogênea. O hibridismo aqui é expressão de uma cultura diferenciada que desafia as normas culturais centrais, dominantes – é um terceiro elemento, aquele que está entre o tradicional e o contemporâneo e cria novas identidades. Outra corrente aborda a noção de hibridismo cultural como sendo os cruzamentos/inter-relações/mestiçagens/sincretismos resultantes do impacto do moderno sobre o tradicional, do culto sobre o popular, possibilitado principalmente pelo desenvolvimento tecnológico. Nessas mesclas, o tradicional busca sobreviver mas se transforma a fim de beneficiar-se da (pós)modernidade. O estudo das estratégias de sobrevivência e de transformação/reconversão no interior dos grupos sociais é o estudo do hibridismo cultural como um processo para esta segunda corrente.
- (3) Estas noções de hibridismo cultural terminam por ser conciliadoras, encobridoras das tensões que permeiam a dinâmica cultural contemporânea, muito determinadas pelos mecanismos do sistema sociopolítico-econômico hegemônico. O reconhecimento do protagonismo dos receptores e o rechaço às teorias maniqueístas que alimentam a nova teorização terminam por deixar de lado a perspectiva crítica necessária diante dos processos hegemônicos em curso.
- (4) Nenhuma das duas noções de hibridismo acima descritas dão conta da expressão cultural *gospel* no campo religioso evangélico brasileiro. Os capítulos que se seguem devem demonstrar que o cruzamento entre o tradicional e o moderno, entre o novo e o antigo não se reveste do caráter de resistência, de desafio às normas culturais centrais, muito menos revela os poderes “como oblíquos” ou mesmo “serviços recíprocos que se efetuam em meio às diferenças e desigualdades”.
- (5) O *gospel* é resultado da mistura de elementos distintos e pode ser considerado, portanto, um híbrido. A perspectiva crítica em relação a ele, que embasa a análise

presente neste trabalho, não permite constrangimentos na utilização do termo “hibridismo”, já que o que se procura provar é que o hibridismo *gospel* é a geração de uma cultura de manutenção e não algo novo, transformador, desafiador, que responda às demandas sociopolítico-econômico-culturais do tempo presente. Este trabalho deverá demonstrar nos próximos capítulos como a cultura *gospel* traz em si elementos do conservadorismo protestante expressos por meio de um “invólucro” de modernidade – hibridismo que pode ser avaliado a partir da própria origem do termo que remete às noções de anomalia e esterilidade.

Elucidação 3: Hibridismo cultural *gospel* é modernidade de superfície

Tendo em vista a última premissa, a tarefa que se impõe, portanto, a este trabalho é a formulação de um conceito próprio de hibridismo cultural. Essa conceituação busca dar conta da contradição que está presente no fenômeno *gospel*: ele é fruto das transformações no jeito de ser protestante no Brasil reveladas nas últimas duas décadas do século XX e primeira do século XXI, entrecruzadas com a busca de preservação dos traços que deram forma a esse modo de ser em suas origens no Brasil. Transformar ou preservar? Como unir elementos tão distintos? Daí o hibridismo *gospel*. Não uma mescla que possibilita um elemento de resistência para se sobreviver na modernidade ou para se driblarem poderes hegemônicos, mas a adesão à modernidade e suas tendências sem comprometimento da expressão cultural já conhecida e aprovada no coração da igreja.

Um conceito que contribui com esta elucidação é o de “modernidade de superfície”, elaborado pelo filósofo alemão Rudolf Eucken:

O autor indica os principais usos que foram dados à palavra moderno e distingue, com vista à utilização atual, por um lado, uma justa modernidade correspondente às transformações reais, progressivas e necessárias do pensamento; por outro, uma modernidade de superfície (*ein Flachmoderne*) que consiste na ignorância da tradição, o amor da novidade qualquer que ela seja, a agitação, o reclame, a demagogia.¹⁴⁶

¹⁴⁶ MODERNO. In: LALANDE, André. *Vocabulário Técnico e Crítico de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 1996. Rudolf Eucken trabalha o conceito em *Geistige Strömungen der Gegenwart [Tendências Contemporâneas de Pensamento]*, na seção D, § 2, do Apêndice intitulado “O conceito de moderno”. A aproximação deste trabalho com o conceito de “modernidade de superfície” deu-se por meio da leitura da obra de Brito, Daniel Chaves de. *A modernização da superfície: estado e desenvolvimento na Amazônia*. Belém: UFPA/ Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, 2000. Tese de doutorado, em que o autor analisa a formação dos instrumentos estatais desenvolvimentistas e as consequências resultantes em um sistema econômico-social, que somente de

Tome-se “superfície” como “externalidade” (*ne-profund*) – e o contrário dela a “internalidade” (*profund*)¹⁴⁷. Modernidade de superfície significa, portanto, uma modernização apenas externalizada, promovida por canais que lhe geram atenção; um processo que não possui transformações de pensamento (do interno) – este estaria preservado.

Esse conceito contribui com a compreensão do híbrido *gospel*. A cultura *gospel* se manifesta na valorização da diversidade de gêneros musicais e na relativização da tradição de santidade protestante puritana de recusa da sociedade e das manifestações culturais por meio da abertura para a expressão corporal. Entre os/as protestantes históricos a cultura *gospel* se revela estratégia de integração com as expressões hegemônicas de cultura, buscando-se preservar os traços que deram forma ao jeito de ser protestante em suas origens no Brasil. A cultura *gospel* parece sugerir apenas uma alteração de superfície pois, na internalidade, reforça aspectos básicos da configuração da cultura evangélica.

Os elementos aqui estudados indicam que a formação da cultura evangélica no Brasil assentou-se sobre as bases de uma negação das manifestações culturais autóctones e a supervalorização do *american way of life* e da cultura religiosa anglo-saxã; do autoritarismo, presente no forte clericalismo; da intolerância religiosa e do antiecumenismo; de uma visão de mundo dual em que o sagrado e o profano são antagônicos, concretizados no dualismo igreja-mundo, alicerces de um sectarismo; de um antiintelectualismo, baseado em uma fé de certezas; de uma religiosidade racional, com pouca ênfase na emoção; de um modo de vida rural, inserindo práticas e costumes rurais nas formas de institucionalização e organização.

A partir destas bases, manifestações plurais inseriram novas significações culturais no modo de vida evangélico: surgem os pentecostais de missão e os movimentos avivalistas com ênfase na emoção e na mística; surgem os pentecostais independentes, sua relativização da ética restritiva nos costumes e sua inserção no modo de vida urbano; surgem os pentecostais independentes de renovação, inculturados na realidade urbana, com a valorização da tecnologia e da dimensão performática da religião. A força desses grupos e suas conseqüências entre as igrejas evangélicas históricas denotam uma hegemonia pentecostal no cenário evangélico contemporâneo, a qual pode ser constatada na presença pentecostal na política, na mídia e nas práticas religiosas que predominam entre os evangélicos.

forma parcial absorveu o princípio da racionalidade organizacional moderna. Ele desenvolve a análise tendo por base a noção de modernidade de superfície de Rudolf Eucken.

¹⁴⁷ Cf. EXTERNO. In: LALANDE, André. *Vocabulário Técnico e Crítico de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

Além deste aspecto, há componentes culturais que são elaborados pelos evangélicos e reprocessados pelos diferentes grupos a partir da vivência própria deles, entre eles mesmos e na sociedade. A cultura do consumo e a cultura das mídias são dois fortes exemplos.

Esse reprocessamento, concretizado nas transformações no modo de ser protestante no Brasil, é realizado por meio da introdução de novas significações evangélicas e dos elementos culturais elaborados, que sufoca algumas das bases acima mencionadas, mas reforça outras. Com isso busca-se modernização (aqui entendida como adaptação aos novos tempos) com garantia de preservação dos traços culturais que dão forma à sua identidade.

Aqui é possível reportar-se ao Capítulo 1, e à contribuição dos estudos culturais, que analisa o fenômeno da contemporaneidade que é a negociação cultural; isto é, culturas interpretadas como tradicionais são obrigadas a negociar com as novas culturas nas quais estão inseridas, a fim de não perderem completamente sua identidade. Isto significa que grupos são obrigados a renunciar ao absolutismo grupal e à “ambição de redescobrir qualquer pureza cultural perdida”.

O PHM, o protestantismo histórico, original no Brasil, negocia, portanto, a introdução da cultura urbana, da cultura do mercado, da cultura das mídias, relativizando pouco a pouco a dimensão da racionalidade e da restrição aos costumes e preservando traços marcantes da identidade protestante no Brasil: os dualismos igreja/mundo, sagrado/profano; o sectarismo, o antiecumenismo, o clericalismo e o antiintelectualismo. Estes valores não são negados à guisa de se construir um discurso novo; em realidade não está sendo produzido discurso novo: o novo é o invólucro, a externalidade.

Um exemplo pode ser tomado das práticas cúlitas. No PHM, o culto, pobre em ritos e carente de emoção, era estruturado na palavra, e tinha como momento central o sermão. Com a ascensão do mercado fonográfico evangélico e o reforço da dimensão do espetáculo, o momento de louvor passou a ser o momento central, o mais esperado e valorizado, retirando-se o “peso” do sermão da liturgia. Tal momento, que em alguns cultos chega a durar de 40 a 60 minutos, transforma-se em espaço de prédica e de doutrinação por meio das palavras de animação dos líderes e do conteúdo das músicas. O discurso não é novo: em nada se incompatibiliza com o discurso clássico do PHM.

Outro exemplo ainda relacionado às novas práticas cúlitas: nas igrejas do PHM, espontaneidade nunca foi elemento marcante do culto. O uso da palavra se enquadrava em modelos de pregação e estruturas de oração que privavam os participantes da expressão mais

espontânea. A dose de espontaneidade ficava por conta dos convites para orações audíveis voluntárias ou testemunhos de bênçãos alcançadas. Em algumas ocasiões um tanto de improviso era comum sob o rótulo de “ação do Espírito Santo”. Era comum em cultos do PHM que em momentos de louvor e ação de graça, músicas preferidas dos membros fossem indicadas espontaneamente e cantadas, animadas por músicos que improvisavam os acompanhamentos ou por “animadores” de canções.

Essa ausência de espontaneidade talvez tenha sido elemento facilitador para lideranças do PHM que negociaram sua inserção na modernidade e passaram a modificar seus cultos e introduzir a dimensão do espetáculo. Muito do observado nos cultos pentecostais independentes passou a ser tomado como modelo bem-sucedido e transplantado para a prática nas igrejas históricas. A técnica e a tecnologia passam a determinar a condução do programa – há o momento próprio para dirigir-se ao microfone e há posturas ensaiadas para o uso do microfone, por exemplo. Quando o sistema de som pára, o culto pára. Se os músicos não aparecem para tocar, pouco ou quase nada será cantado. Espontaneidade e improviso que eram dosados no PHM são agora elementos em extinção.

Tal negociação, da qual resulta modernização de superfície, insere o PHM no grupo dos evangélicos brasileiros que no tempo presente orgulha-se de sua visibilidade, de seu crescimento numérico e de sua presença social. Eleva a auto-estima do adeptos do PHM que sofriam a estagnação e agora vêem seus templos mais cheios ao adotarem práticas ajustadas aos novos tempos. Aguça o ego dos evangélicos que a cada processo eleitoral no Brasil assistem a seus líderes sendo assediados por apoio às mais diversas candidaturas. Estimula o sentimento de pertença a um grupo social que não está mais escondido e sufocado mas tem presença nítida com o extenso número de templos, com os artigos que lhe são destinados sendo oferecidos em lojas do mercado secular.

Todos estes elementos descritos configuram o que aqui está sendo chamado de cultura *gospel*. Essa expressão cultural religiosa revela-se, portanto, híbrida, resultado do entrecruzamento de aspectos do modo de ser protestante construído no Brasil e das demandas de bens simbólicos religiosos que nascem da matriz religiosa brasileira com as manifestações da modernidade presentes nas propostas religiosas pentecostais, no fenômeno urbano brasileiro, no avanço da ideologia do mercado de consumo e na cultura das mídias. Importa, pois, nos capítulos seguintes deste trabalho, fornecer os dados e as análises do fenômeno, com base no referencial teórico já explicitado, que fundamentarão a defesa desta tese.

PARTE II

FIXANDO O OLHAR: A CONFIGURAÇÃO DA CULTURA *GOSPEL* – DE MOVIMENTO MUSICAL A UM MODO DE VIDA RELIGIOSO

No cenário evangélico brasileiro das últimas décadas, muito tem sido falado sobre o movimento *gospel*, que ganhou força nesse período. Centrado na música, tornou-se sinônimo de renovação, especialmente pelas possibilidades abertas para exploração de ritmos não-clássicos no culto praticado nas igrejas evangélicas.

No entanto, o movimento *gospel* trouxe consigo elementos outros, que o tornam muito mais do que um movimento musical. A ênfase na música foi associada à mídia, ao consumo, ao entretenimento, à busca de inserção na modernidade, ingredientes que passaram a caracterizar um modo de vida religioso, pois a eles um sentido religioso tem sido atribuído. Esse modo de vida vem sendo construído pelos artistas *gospel*, pelas gravadoras, pela mídia, pelo mercado religioso, pelos adeptos das igrejas (o público *gospel*).

À luz do que foi estudado na parte I deste trabalho, o que se pretende aqui é reunir dados relacionados ao *gospel* no Brasil, descrevê-los e analisá-los, a fim de se indicar que, mais do que um movimento, ele tornou-se uma cultura, um modo de vida que transformou o cenário evangélico das últimas décadas, em especial no que diz respeito ao culto e ao estilo de vida cristã. Esta compilação de dados está organizada aqui em três capítulos – o primeiro mais relacionado à memória e os outros dois mais voltados para a descrição da configuração cultural – cuja ênfase buscará fundamentar a tese de que a expressão cultural *gospel* entrecruza elementos distintos, o que a torna um modo de vida híbrido.

CAPÍTULO 3

A EXPLOÇÃO GOSPEL NO BRASIL

A forma do termo *gospel* popularizada nos Estados Unidos foi transplantada para o Brasil no início dos anos 90. *Gospel* é sinônimo da música religiosa moderna ou da Música Cristã Contemporânea (MCC), ou seja, passou a ser classificar um gênero musical que combina formas musicais seculares (em especial as populares como o rock, as baladas, o samba, o sertanejo e até o *axé music*) com conteúdo religioso cristão. A popularização do termo no Brasil está diretamente relacionada à Igreja Renascer em Cristo, que o transformou em marca de sua propriedade, utilizando-o em diversos produtos geridos pela igreja. A gravadora Gospel Records, a *Revista Gospel*, a TV Gospel (UHF-53), o curso pré-vestibular Gospel, na cidade de São Paulo, e o portal da internet IGospel são os principais.¹⁴⁸

É comum as referências ao termo virem acompanhadas da palavra movimento – o movimento *gospel*, de ênfase musical, originado no final da década de 1980 e no início da de 90, com raízes no “Movimento de Jesus” (EUA) que influenciou na formação dos movimentos paraeclesiais de juventude dos anos 70 no Brasil. A palavra “movimento” justifica-se, de acordo com vários analistas e entusiastas, pelas novas práticas desencadeadas a partir da profissionalização de músicos, cantores e grupos musicais evangélicos ocorrida no período,

¹⁴⁸ Várias são as referências em reportagens, artigos e trabalhos acadêmicos ao fato de o termo *gospel* no Brasil ter sido patenteado pelo apóstolo Estevan Ernanandes, líder da igreja. Uma carta do próprio Estevan Ernanandes, como presidente da Fundação Renascer, ao jornal *Folha de São Paulo*, onde foi publicada, esclarece a questão: “(...) A marca ‘*Gospel*’ é de propriedade da Fundação Renascer e não, conforme o informado, dos srs. Estevan Hernandes Filho e Antonio Carlos Abbud. A Fundação Renascer não é franqueadora da marca ‘*Gospel*’ e de nenhuma outra marca (...)” ERNANDES FILHO, Estevan. A perua de Deus. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 jun. 1994, Caderno 1, Pánel do Leitor, p. 3.

aliada ao desenvolvimento da mídia evangélica no Brasil, ambos fundamentados numa teologia que enfatiza o valor superior do louvor e da adoração no culto.

Podem ser listados como conseqüências desse processo:

- o privilégio ao lugar da música na prática das igrejas como principal veículo de louvor e adoração, estes compreendidos como a razão de ser cristão e da sintonia com Deus;
- as propostas modernizadoras para o canto congregacional que acompanham a ênfase na música, como o uso de tecnologia (especialmente a projeção eletrônica de letras em vez de uso de impressos e a aparelhagem de som sofisticada);
- o desaparecimento dos conjuntos musicais evangélicos (formados principalmente por jovens), que se apresentavam em momentos especiais nos cultos, e o surgimento dos grupos ou ministérios de louvor e dos momentos de louvor no programa do culto (espaço reservado para cânticos coletivos ou não, liderados pelo ministério de louvor);
- a adoção de diferentes gêneros e estilos musicais populares (além do rock e das baladas românticas, já aceitos entre os evangélicos por algum tempo) como gêneros para o canto litúrgico, tais como o samba, o sertanejo o *axé music*, o frevo;
- a inserção de apresentação de danças ou expressões corporais no culto, ao som de músicas cantadas por artistas *gospel*. Há figurino e maquiagem próprios;
- o surgimento dos “louvorzões” – programações em que pessoas vão a igrejas para cantar e ouvir a apresentação de cantores e grupos de louvor. Este espaço é mais informal e o modelo é o de espetáculo musical e animação de auditório. Os louvorzões são utilizados como lazer para a juventude e também como atividade de evangelismo (busca de adeptos);
- as rádios evangélicas passam a ser um meio de comunicação predominante. Alguns ouvintes as sintonizam 24 horas. A música *gospel* disseminada pelas gravadoras especializadas é o repertório musical privilegiado. Alguns adeptos de igrejas evangélicas recusam-se a ouvir outro tipo de música e consideram a música *gospel* “abençoada”, “a serviço de Deus”. Além do rádio e da produção fonográfica, há outras mídias que alimentam os membros das igrejas, referenciadas na produção musical: programas de clipes *gospel*, de variedades evangélicas, revistas *gospel*;
- os artistas *gospel* passam a ser conhecidos, comentados e copiados nos moldes dos artistas “seculares”;

- os espetáculos *gospel* passam a ser programa de lazer, bem como os espaços *gospel* (bares, livrarias, etc.), onde estão liberados a expressão corporal por meio da dança e o consumo de bebidas como cerveja e vinho sem álcool.

O fenômeno, que passou a ser vivenciado em quase todas as igrejas evangélicas brasileiras, explodiu na virada do século XX para o XXI. A opção pela noção de explosão, já referida na introdução deste trabalho, busca exprimir as irrupções nascidas dentro do processo, os momentos ou circunstâncias, ou eventos, que mudam completamente a rota de acontecimentos.¹⁴⁹

O capítulo anterior já descreveu o processo das recentes transformações no campo religioso evangélico, o pano de fundo que permitiu a explosão do *gospel* e sua configuração, não apenas como um movimento musical, mas um modo de vida religioso. Este capítulo passa a descrever os aspectos que possibilitaram o desenvolvimento deste fenômeno cultural.

3. 1 Origem e sentido do termo *gospel*

Gospel (“Evangelho”, no inglês) é o termo originado nos Estados Unidos, onde é comumente utilizado para classificar a música religiosa moderna ou a Música Contemporânea de Igreja (*Contemporary Church Music/CCM*). Na origem, porém, o *gospel* dizia respeito não a toda música religiosa contemporaneizada mas a um tipo nascido no início do século XX em comunidades protestantes negras. As raízes deste gênero musical encontram-se nos “*negro spirituals*”,¹⁵⁰ que estão na base de toda a música negra estadunidense, no *blues*, no *ragtime* e nas músicas religiosas populares do movimento urbano do *revival* (“reavivamento”) do século XIX.¹⁵¹

¹⁴⁹ Cf. MACHADO, Irene. Impacto ou explosão? Cultura tecnológica e metáfora balística. Paper apresentado no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt08/08m05.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2002.

¹⁵⁰ Os *negro spirituals* nascem da experiência da escravidão (séculos XVII e XVIII), quando os escravos negros dançavam e cantavam fosse nas poucas horas de descanso ou durante o tempo nas lavouras para marcar a velocidade do duro trabalho (*labor songs*). Os negros escravos convertidos ao cristianismo passaram a adicionar conteúdo religioso às *labor songs* e, inspirados nos hinos protestantes, expressavam suas angústias e a dor da escravidão e sua esperança de um novo tempo com Deus. Surgiram então os *negro spirituals*. Inicialmente as músicas eram cantadas na língua-mãe, mas com a evangelização e o aprendizado da língua dos senhores, os *negro spirituals* passavam a ser cantados no inglês, o que permitiu a sua popularização. Cf. CONE, James H. *The Spiritual and the blues: an interpretation*. New York: Seabury, 1972.

¹⁵¹ O movimento *revival* teve duas etapas nos EUA. A primeira ocorreu no século XVIII em vários pontos do país, como reação à onda de secularização resultante do Iluminismo, e teve no puritano Jonathan Edwards seu maior líder. A segunda etapa ocorreu no século XIX, e foi um movimento mais urbano, de caráter evangelista. O líder marcante desta etapa foi Dwight L. Moody. Os movimentos avivalistas enfatizavam a soberania de Deus e a necessidade de conversão instantânea e de reorganização da vida em busca da perfeição necessária à salvação. Nas reuniões avivalistas – com base nas experiências de “acampamentos” (retiros espirituais de vários dias) com

Diferente dos *negro spirituals*, a música *gospel* não se inspirou tanto na clássica hinologia protestante. Com bases no movimento *revival*, ela era mais emocional e espontânea e teve influências das músicas “pergunta-resposta” (pregador-congregação), muito comuns nas igrejas negras. O conteúdo das letras enfatizava a obediência a Deus e o distanciamento do pecado com vistas à recompensa do Reino dos Céus. O amor de Deus também era celebrado nas canções. O recurso ao canto coral era utilizado mas os cantores-solo também se destacavam. Nas origens, o forte tom religioso do gênero fazia com que os cantores e grupos raramente cantassem em locais não-religiosos.

Charles A. Tindley (1851-1933) foi o pioneiro do gênero *gospel*. Ele produziu várias composições nos anos 10 mas somente nos anos 20 e 30 elas alcançaram popularidade. No entanto, é Thomas A. Dorsey (1899-1993) aquele considerado o pai da música *gospel*.¹⁵² Filho de um pastor, Dorsey era um músico que acompanhou alguns dos mais famosos cantores de *blues* e foi também compositor e arranjador das músicas de algumas canções. O envolvimento com o *blues* não o impediu de participar de alguns encontros da Convenção Batista Nacional, e em uma dessas reuniões, em Filadélfia, Dorsey ouviu pela primeira vez as composições de Charles A. Tindley. Essas composições o inspiraram a escrever música religiosa e abandonar as letras seculares, mas não o ritmo do *jazz*, o balanço do *blues* e o estilo rítmico tão similar ao de Tindley.

As lideranças religiosas tradicionalistas reagiram e consideraram essa mistura do sagrado (*spirituals* e hinos) e do secular (*blues* e *jazz*) como “música do demônio” e a rejeitaram. A insistência de Thomas Dorsey de romper as barreiras eclesiásticas e levar adiante sua criação ganhou adesões e conseguiu propagar as suas músicas, o que levou ao surgimento de novos compositores. Para sustentar o movimento, Dorsey fundou em 1932, a Convenção Nacional de Corais e Coros *Gospel*, organização que existe ainda hoje. Nos anos 30 e 40, trabalhou com duas figuras marcantes da música negra: Mahalia Jackson¹⁵³ e Sallie Martin. Foi nesse período que ele viajou pelo país como cantor e palestrante e escreveu cerca de 500 músicas

pregações, cânticos e orações – ganharam espaço diversas manifestações emocionais (choros, desmaios), que foram condenadas por muitos líderes, levando-os a abandonar o movimento. As composições musicais para as reuniões refletiam este espírito emocionalista e popular. Cf. VELASQUES FILHO, Prócoro. Deus como emoção: origens históricas e teológicas do Protestantismo evangelical. In: MENDONÇA, Antonio Gouveia de, VELASQUES FILHO, Prócoro. *Introdução ao Protestantismo no Brasil*. São Paulo/São Bernardo do Campo: Loyola/Ciências da Religião, 1990, p. 83-92.

¹⁵² Cf. SPENCER, Jon Michael. *Black Hymnody*. A hymnological history of the African-American Church. Knoxville: The University of Tennessee, 1994; PETRIE, Phil. The History of *Gospel* Music. In: Los Angeles: African Genesis, 2000. Disponível em: <<http://www.afgen.com/gospel.html>>. Acesso em: 15 abr. 2002.

¹⁵³ Jackson fez história ao se apresentar antes de Martin Luther King Jr. pregar o famoso sermão “I have a Dream” [“Eu tenho um sonho”]. No funeral de Luther King, em 1968, foi ela quem interpretou o clássico de Dorsey “Take My Hand, Precious Lord”.

gospel incluindo as clássicas “There will be peace in the valley” [“Haverá paz no vale”] e “Precious Lord, take my hand” [“Senhor Precioso, tome minha mão”].

Outro importante compositor *gospel* nos anos 30 foi o pastor batista Herbert W. Brewster. A maior parte de suas canções eram compostas exclusivamente para o coral “Cantores de Brewster” e duas delas tornaram-se bastante populares: “Move on up a Little Higher” [“Mova-se um pouco mais alto”] and “Surely, God is Able” [“Certamente, Deus é capaz”] – a primeira, interpretada por Mahalia Jackson, e a versão da segunda, gravada pelos Ward Singers, tiveram um milhão de cópias vendidas em 1950.

A propagação da música *gospel* gerou personagens históricos no mundo da música negra além de Sallie Martin e Mahalia Jackson, já mencionadas. Intérpretes pioneiros como Clara Ward¹⁵⁴, James Cleveland¹⁵⁵, Marion Williams, Alex Bradford, Queen C. Anderson, Dixie Hummingbirds, Shirley Caesar, são nomes de destaque, bem como os quartetos e corais The Dixie Hummingbirds, The Mighty Clouds of Joy, The Fairfield Four, The Davis Sisters, Harmonettes, The Caravans, Soul Stirrers, The Spirit of Memphis, Famous Blue Jay Singers e Swan Silvertones. De acordo com os estudos de Kip Lornell, a popularização do *gospel* nos Estados Unidos foi um processo acelerado:

Na metade dos anos 1930, o apelo da música *gospel* no interior da cultura negra era bastante evidente, e foi rapidamente abraçado pelas gravadoras comerciais que desejavam capitalizar nesta popularidade. As estações de rádio e as maiores redes de rádio incluíram a música na sua transmissão ao vivo. Estas tentativas de marketing de massa rapidamente levou a um senso de profissionalismo entre os cantores. (...) Grupos de *gospel* negros locais não-profissionais copiavam os estilos de vestir e cantar dos músicos mais populares e até adotaram os seus nomes. Aproximadamente meia dúzia de grupos locais e semiprofissionais exploraram o nome “Soul Sisters”, por exemplo.¹⁵⁶

Os estudos de Lornell indicam que há significativas mudanças na música *gospel* negra desde os anos 50, em especial com a sofisticação em relação ao marketing e estilos musicais. Para

¹⁵⁴ Lembrada pela gravação de “Oh, Happy Day” [Oh, Dia Feliz”].

¹⁵⁵ Cleveland é considerado por muitos críticos “O rei do *gospel*”, e recebeu quatro prêmios *Grammy* na categoria. Ele se destacou por seu carisma com a audiência e pela criação, em 1968, do Workshop de Música *Gospel* na América, a maior convenção *gospel* do mundo.

¹⁵⁶ “By the mid -1930s, the appeal of *gospel* music within black culture was quite evident, and it was soon embraced by commercial record companies wishing to capitalize on its popularity. Radio stations and the major radio networks featured its music on their live broadcasts. These attempts at mass marketing quickly led to a sense of professionalism among the performers. (...) Local nonprofessional black *gospel* groups emulated the dress and singing styles of more popular musicians and even adopted their names. Nearly a half dozen local or semiprofessional groups exploited the “Soul Sisters” name, for instance”. BLACK GOSPEL MUSIC. In: FERRIS, William, WILSON, Charles Reagan (Organizadores). *Encyclopedia of Southern Culture*. In: University of North Carolina Press, 1989. Disponível em: <http://www.arts.state.ms.us/crossroads/music/gospel/mu2_text.html>. Acesso em: 15 mar. 2003.

Lornell tais mudanças são parte de um processo de transformações na música e na cultura: “a música *gospel* negra mudou como as demandas da cultura popular aumentaram e como afro-americanos lutam por um status de classe média”.¹⁵⁷

Interpretadas como “secularização” do gênero de música religiosa, a profissionalização e a sofisticação do *gospel* criaram reações, em especial, das igrejas mais conservadoras e tradicionalistas. A crítica dirigia-se, em especial, à “maneira opulenta com que alguns cantores viviam”.¹⁵⁸ Alguns dos próprios integrantes do mundo *gospel* reconhecem as transformações e afirmam que esta música deixou de ser “música religiosa” e tornou-se uma força da cultura negra estadunidense. Phil Petry, um dos editores da revista mais popular do gênero nos EUA, a *Gospel Today*, é um deles:

Impulsionado pelas maiores gravadoras, [o *gospel*] saltou os seus muros religiosos tradicionais e é agora mais do que apenas música de igreja. O fenômeno (...) “Why we sing” [“Por que nós cantamos”] de Kirk Franklin (que ganhou um disco de platina) e o atual sucesso “Be Encouraged” [“Tenha coragem”] de William Becton (que permaneceu na parada *gospel* de Billboard por 28 semanas e contando com espaço na imprensa) atestam a crescente popularidade do *gospel*. De acordo com materiais recebidos pela revista *Gospel Today*, nos cinco últimos anos, sete das maiores gravadoras criaram e organizaram categorias *gospel*; selos *gospel* independentes cresceram 50%, e as receitas da música *gospel* quase que triplicaram na década passada – de US\$ 180 milhões em 1980 para US\$ 500 milhões em 1990.(...) Como soldados balançando suas bandeiras para mostrar suas cores regimentais, os cantores do *gospel* moderno marcham de forma audaciosa e bela em direção a Sião e a um mercado sempre em expansão e levantando suas cores (tome-se isto literalmente) divisionais. Como a música move-se além da sua incubadora – a Igreja – é imperativo entender onde ela está, onde ela esteve, aonde ela está indo. Como cristãos, nós devemos esperar que a música esteja construindo pontes, não muros.¹⁵⁹

¹⁵⁷ “Black *gospel* music changed as the demands of popular culture increased and as Afro-Americans strove toward middle class status”. BLACK GOSPEL MUSIC. In: FERRIS, William, WILSON, Charles Reagan (Organizadores). *Encyclopedia of Southern Culture*. In: University of North Carolina Press, 1989. Disponível em: <http://www.arts.state.ms.us/crossroads/music/gospel/mu2_text.html>. Acesso em: 15 mar. 2003.

¹⁵⁸ Id. *ibid*.

¹⁵⁹ “Fueled by major recording companies, it has leaped over its traditional religious walls and is now more than just church music. Last year's phenomenon of Kirk Franklin's *Why We Sing* (it went platinum) and the current success of William Becton's *Be Encouraged* (a mainstay on *Billboard's gospel* chart for 28 weeks and counting at press time) attest to *gospel's* growing popularity. According to materials received from *Gospel Today* magazine, within the last five years, seven major recording companies have created and staffed *gospel* divisions; independent *gospel* labels increased 50 percent, and total revenues for *gospel* music have nearly tripled in the past decade – from \$180 million in 1980 to \$500 million in 1990. (...) Like soldiers waving banners to show their regimental colors, modern-day *gospel* singers march boldly and beautifully toward Zion and an ever expanding marketplace, hoisting their divisional (take this literally) colors. As the music moves beyond its incubator – the church – it is imperative to understand where it is, where it has been, and where it is going. As Christians we must hope that the music is building bridges, not walls.” PETRIE, Phil. *The History of Gospel Music*. In: Los Angeles: African Genesis, 2000. Disponível em: <<http://www.afgen.com/gospel.html>>. Acesso em: 15 abr. 2002.

Para outros afro-americanos, o *gospel* é música religiosa e música religiosa negra – são os tradicionalistas, interessados na preservação das raízes do gênero musical, como o produtor de TV Bobby Jones, apresentador do programa “*Gospel Explosion*” [“Explosão *Gospel*”]. Ele reconhece a expansão do *gospel*, sem esquecer as raízes: “Nós devemos homenagear os nossos pioneiros e ao mesmo tempo cumprimentar o melhor do novo com louvor”.¹⁶⁰ Phil Petry explica o discurso de Jones: “O ‘nossos’ neste caso traduz-se como ‘cantores negros’”. Para Jones, ‘a música *gospel* é música negra’”.¹⁶¹

O que ocorre é que a opinião de Petry corresponde à conjuntura do tempo presente, quando afirma que o *gospel* transcendeu o espaço das igrejas. O próprio termo foi apropriado pela mídia que passou a utilizá-lo para designar a música religiosa moderna ou a Música Contemporânea de Igreja (“*Contemporary Church Music/CCM*”) – um gênero que combina ritmos modernos, incluindo o *pop*, com conteúdo religioso.¹⁶²

O Prêmio Grammy, o mais popular da música nos Estados Unidos e oferecido anualmente aos melhores da música naquele país pela Recording Academy [Academia das Gravadoras], possui a categoria *gospel* para premiação, que foi subdividida em seis, o que reflete a tendência não restrita às igrejas e à musicalidade negra. As categorias da premiação são: *gospel rock*; *gospel pop/contemporâneo*; *gospel sulista*, *country* ou *bluegrass*; *gospel soul* tradicional; *gospel soul* contemporâneo; coral *gospel*. É comum, assim como no Prêmio

¹⁶⁰ “‘We must honor our pioneers and at the same time greet the best of the new with praise.’” PETRIE, Phil. *The History of Gospel Music*. In: Los Angeles: African Genesis, 2000. Disponível em: <<http://www.afgen.com/gospel.html>>. Acesso em: 15 abr. 2002.

¹⁶¹ “The ‘our’ in this instance translates as black singers. To Jones, ‘*gospel music is black music*’.” Id. *ibid*.

¹⁶² O termo *pop* é uma forma reduzida de “popular”, originado na língua inglesa, e refere-se àquilo ou àquele “que apresenta ou emprega elementos de gosto popular típico da cultura urbana ocidental da segunda metade do século XX”. Refere-se também “a um tipo de música popular, originalmente anglo-norte-americana e com elementos folclóricos modernizados (como no *blues*, no *rock* e na música *country*), em que se usam, caracteristicamente, a guitarra e outros instrumentos com amplificação elétrica, e que se disseminou a partir da década de 1950 pelos meios de comunicação de massa (discos, rádio, televisão)”. O termo *pop* é utilizado ainda para expressar a “criação artística ou cultural concebida e produzida com vistas à sua comercialização e consumo, dentro dos padrões da indústria cultural”. Cf. POP. In: FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda et. al. *Novo Dicionário Aurélio Século XXI*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000. In: BIBLIOTECA Uol. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/aurelio>>. Acesso em: 8 mai. 2003. “A música pop é uma criação da indústria norte-americana de entretenimento e, ao contrário do que muitos pensam, não surgiu juntamente com o rock, em 1954-1955; os cantores Bing Crosby, Frank Sinatra e o maestro Glenn Miller foram alguns dos primeiros grandes artistas pop. (...) Nos anos 60, com o rock ganhando cada vez mais espaço nos meios de comunicação e sendo cada vez mais aceito por artistas não roqueiros, a expressão ‘pop music’ (‘música pop’) acabou sendo comumente empregada, inclusive nos EUA e Europa, como sinônimo de rock criado especialmente para as paradas de sucesso. Atualmente, pesquisadores e estudiosos chamam de pop toda música acessível e comercial, aberta a influências as mais variadas possíveis, da música erudita ao baião, do bolero à canção napolitana, do ragtime ao próprio rock-and-roll, lançada em discos, partituras, rádios ou outros meios de comunicação de massa, qualquer que seja a época ou o estilo do artista”. POP. In: MARCONDES, Marcos Antônio (Organizador). *Enciclopédia da música brasileira: erudita, folclórica, popular*. 2 ed. São Paulo: Art Editora, 1998. In: BIBLIOTECA Uol. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/encmusical>>. Acesso em: 8 mai. 2003.

Grammy, quando há referências ao *gospel*, distinguir-se de qual trata, tradicional (leia-se negro) ou moderno (também negro, mas não só, e categorizado).¹⁶³

3.2 O movimento *gospel* no Brasil

O *gospel* no Brasil tem raízes que remontam aos anos 50 e 60, quando a primeira fase do crescimento pentecostal acompanhou o fenômeno da concentração populacional urbana brasileira, intimamente relacionado ao êxodo rural. Foi nesse período que os pentecostais romperam com a tradição da hinologia protestante¹⁶⁴: introduziram ritmos e estilos mais populares nas canções, incluíram instrumentos de percussão e sopro no acompanhamento e compuseram pequenas canções com melodia e letra simples para serem cantadas nos cultos – algo muito próximo do que seria mais tarde popularizado entre os evangélicos como “corinhos”.¹⁶⁵

A não-aceitação das igrejas do PHM ao pentecostalismo refletia-se na resistência em acompanhar o novo modo de cantar nos cultos e na manutenção do privilégio à hinódia tradicional. Mas foi a renovação musical empreendida pela prática das organizações paraeclesiásticas nos anos 50 e 60, com a introdução dos “corinhos”, que veio a alterar esse quadro e abrir caminho para a popularização da música religiosa que atingiria todo o campo protestante a partir de então.¹⁶⁶

São poucas as obras publicadas que descrevem ou analisam este processo – nenhuma de cunho acadêmico. A que apresenta uma pesquisa mais aprofundada é o livro *A Revolução da*

¹⁶³ O recém-criado Grammy Latino (a quarta edição foi realizada em 2003) inseriu na premiação de 2002 a categoria “Música Cristã”, como reconhecimento pelo crescimento do segmento entre o público de língua latina. Cf. LATIN GRAMMY AWARDS. Disponível em: <<http://www.latingrammy.aol.com>>. Acesso em: 2 fev. 2004.

¹⁶⁴ A hinódia protestante foi introduzida no Brasil pelos missionários que traduziram para o português as letras dos hinos clássicos do protestantismo estadunidense e europeu, com alguma dose de contextualização no conteúdo. Sarah Poulton Kalley, esposa do missionário Robert Kalley, de tradição reformada, fundador da Igreja Congregacional do Brasil, entrou para a história como a organizadora do primeiro hinário protestante brasileiro, o *Salmos e Hinos*, e foi quem mais traduziu hinos ou compôs letras para as melodias clássicas protestantes. Uma análise crítica do conteúdo desses hinos e do papel da música na formação do protestantismo no Brasil é oferecida por MENDONÇA, A. *O Celeste Porvir. A inserção do protestantismo no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 235-253. A tradição ditava que o instrumento musical oficial das igrejas era o órgão, com alguma abertura para o piano.

¹⁶⁵ Os pentecostais, desde seus primórdios no Brasil, deram destaque à música no culto e valorizaram o seu papel popular e de veiculação das emoções. Segundo Waldo César e Richard Shaul, esta era uma tendência dos grupos pentecostais já nos Estados Unidos, que trabalhavam juntamente com a música espontânea, a expressão corporal com as palmas e o balanço do corpo. Cf. CÉSAR, Waldo, SHAULL, Richard. *Pentecostalismo e futuro das igrejas cristãs*. Promessas e desafios. Petrópolis/São Leopoldo: Vozes/Sinodal, p. 89.

¹⁶⁶ As instituições paraeclesiásticas são organizações que não possuem vínculo eclesiástico – são autônomas –, fundadas, administradas e financiadas por pessoas ou grupos de cristãos independentes do pertencimento deles a igrejas ou outras organizações eclesiásticas, e cujo objetivo é a propagação da fé cristã.

Música Gospel, de Sandro Baggio¹⁶⁷. O autor relata que o primeiro cantor evangélico a inserir o violão como instrumento musical litúrgico foi Luiz de Carvalho, que ousou utilizá-lo ainda nos anos 60 para acompanhar composições religiosas de sua autoria que continham ritmos populares. Foi o primeiro a gravar um LP evangélico no Brasil – chegou a gravar 70 discos, com ampla vendagem –, e apresentou-se em 22 países. Mas foi uma renovação religiosa ocorrida nos anos 70 nos EUA, segundo o autor – o Movimento de Jesus –, que reforçou o movimento de popularização da música evangélica iniciado com os pentecostais e as organizações paraeclesiásticas, e que determinou o nascedouro de um novo movimento musical entre os evangélicos no Brasil. Primeiramente, importa descrever os dois períodos indicados por Baggio como “molas propulsoras” do movimento *gospel* brasileiro.

3.2.1 O movimento de popularização da música evangélica dos anos 50 e 60

A primeira mudança significativa em termos musicais no campo protestante no Brasil desde a inserção da hinologia pelos missionários no século XIX foi a popularização dos “corinhos”.¹⁶⁸ Inspirados nas composições populares, de melodia e letra simples e forte tom emocionalista, criadas nas reuniões avivalistas nos EUA a partir do século XIX, eles foram introduzidos no Brasil nos anos 50 por grupos pentecostais e instituições paraeclesiásticas cujo alvo para propagação da fé cristã eram jovens e adolescentes. Os pentecostais desenvolviam composições populares mais ligadas às raízes nacionais (a música sertaneja) e as paraeclesiásticas produziam versões em português de cânticos populares estadunidenses (marchas e baladas românticas).

As primeiras paraeclesiásticas do exterior a se estabelecerem no Brasil nos anos 50 e 60 vieram dos EUA: a Organização Palavra da Vida, Os Jovens da Verdade, a Mocidade Para Cristo e o Serviço de Evangelização para a América Latina (Sepal). Esses grupos realizavam retiros espirituais (os acampamentos), congressos, reuniões de estudo e campanhas em localidades, abrigando-se em igrejas. Alguns deles criaram Institutos Bíblicos ou Seminários Teológicos com vistas a formar líderes para atuação em suas frentes evangelísticas ou nas próprias igrejas locais.

¹⁶⁷ BAGGIO, Sandro. *A Revolução da Música Gospel*. São Paulo: Êxodus, 1997.

¹⁶⁸ Sobre a popularização dos “corinhos” no Brasil ver RAMOS, Luiz Carlos. *Os corinhos*. Uma abordagem pastoral da hinologia preferida dos protestantes carismáticos brasileiros. São Paulo, 1996. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Instituto de Pós-Graduação em Ciências da Religião, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1996; LIMA, Éber Ferreira Silveira. Reflexões sobre a “corinhologia” brasileira atual. *Reformanda*, São Paulo, n. 2, p. 67-75, ago. 1990.

O conteúdo da pregação não diferia muito daquele trazido ao Brasil pelos missionários no século XIX: apelo à conversão, à salvação individual, à teologia milenarista (Juízo Final iminente) e ao cultivo da piedade pessoal por meio da prática da oração, da leitura bíblica, do jejum e da negação de costumes considerados profanos como beber, fumar e dançar. No que era mais específico em relação à juventude pregava-se a pureza no relacionamento homem-mulher, evitando-se o sexo e as carícias mais íntimas antes do casamento; o testemunho no universo estudantil, como não colar; e a obediência aos pais, dentre outros temas.

Os líderes dessas organizações eram apresentados e vistos como cristãos-modelo, não apenas na conduta moral mas na aparência – o vestir, o corte do cabelo, a postura do corpo, eram baseados no padrão estadunidense –, e disseminavam uma beleza visual que deveria servir de modelo para os jovens que aspiravam a atingir aquele estágio de consagração e fidelidade a Deus.

De fácil melodia, versos curtos e ritmo animado, os corinhos entoados pelos jovens das organizações paraeclesiais encontraram ampla aceitação entre a juventude do PHM que participava dos eventos, e inseriram-se de forma bem sucedida no cotidiano das comunidades. O conteúdo era fiel à tradição teológica da hinologia clássica protestante – a alteração dava-se na simplicidade das letras, como nos exemplos a seguir:

Põe tua mão
(Autoria desconhecida)

Põe tua mão na mão do meu Senhor da Galiléia,
Põe tua mão na mão do meu Senhor que acalma o mar
Meu Jesus que cuida de mim noite e dia sem cessar
Põe tua mão na mão do meu Senhor que acalma o mar! ”
[ao se cantar este corinho repetidamente a palavra “mão” era substituída pelas palavras “vida” e “igreja”]

Momentos
(Autoria desconhecida)

Há momentos que as palavras não resolvem
Mas o gesto de Jesus demonstra amor por nós.
Foi no Calvário que ele sem falar
Mostrou ao mundo inteiro o que é amar.
Aqui no mundo as decepções são tantas
Mas existe uma esperança
É que ele vai voltar.

Santo Espírito
(Autoria desconhecida)

Santo Espírito enche a minha vida
Pois com Cristo eu quero brilhar.
Santo Espírito enche a minha vida
Usa-me as almas a salvar.
Aleluia, aleluia, aleluia dou ao Cristo Rei.

Jesus é Tudo
(Autoria desconhecida)

Jesus é tudo
Ele é a rosa, ele é o lírio, é a estrela,
Ele é a fonte de água viva,
É meu amigo, meu eterno salvador.
Oh, aleluia, louvá-lo-ei, pois ele quer e ele pode
Quebrar os laços que me amarram
E dar vitória para cada tentação.

Houve reação negativa das comunidades à nova experiência musical, em especial à tentativa de utilização de instrumentos considerados profanos, como o violão e o teclado. Nesse período, o uso deles nas reuniões públicas das igrejas do PHM foi praticamente proibido e restringia-se às reuniões específicas da juventude. Este quadro se alterou nos anos 70 pela influência do Movimento de Jesus e o surgimento dos conjuntos musicais jovens.

3.2.2 O Movimento de Jesus e a revolução musical jovem dos anos 70

O Movimento de Jesus foi fruto de uma estratégia de evangelismo realizada nas ruas no final dos anos 60 nos EUA, com vistas a atingir a juventude. A partir de algumas experiências, comunidades e movimentos de jovens cristãos começaram a surgir em diferentes cidades, bem como iniciativas até então inovadoras como um *nightclub* e um café aberto 24 horas para a juventude, de nome “His Place” [O Lugar D’Ele], no Sunset Strip. Um dos resultados desta iniciativa foi o alcance do movimento *hippie*. Muitos se converteram e foram batizados mas não queriam deixar de lado algumas das bases de seu estilo de vida, que consideravam compatíveis com a fé cristã: a busca de paz, amor, realidade e vida, a rejeição do consumismo capitalista, da hipocrisia religiosa e da cultura norte-americana. A dimensão contracultural passou a ser um componente do movimento religioso que se delineava.

A ampla adesão de jovens – grande parte oriundos desse movimento – ao cristianismo protestante nos EUA no final dos anos 60 provocou algumas conseqüências para aquele

campo religioso: (1) igrejas tradicionais adotaram estilos mais informais nos cultos para incluir os novos convertidos e passaram a admitir até mesmo no seu *staff* pessoas provenientes do movimento *hippie*¹⁶⁹; (2) novas igrejas e denominações cristãs surgiram, adequadas ao estilo *hippie* mais descontraído na aparência e na forma de cultuar; (3) o uso de diferentes formas de comunicação pelos *hippies* cristãos, como os jornais alternativos (meio comum daquele movimento) e as artes (teatro, pintura, desenho, caricatura), com fins conversionistas; (4) o surgimento da *Jesus Music* [Música de Jesus], uma combinação de rock e *gospel* que se tornou a base do movimento de avivamento da juventude, cuja teologia assumia bases pietistas com ênfase conversionista. Respondendo às reações negativas dos grupos tradicionalistas, cantores e compositores da *Jesus Music* diziam estar usando a música para combater os efeitos negativos do rock popular. E repetiam uma frase do reformador Martinho Lutero para fundamentar sua causa: “Por que o demônio deve ficar com os melhores tons?”¹⁷⁰

Um dos efeitos desse processo foi a realização em larga escala de festivais de “Jesus Rock”, com apoio de gravadoras que viram no movimento um filão para a indústria fonográfica, e o surgimento de cafés para jovens do movimento.¹⁷¹ Outro desdobramento foi o aparecimento de teologias apocalípticas que apontavam o movimento de reavivamento da juventude como um prelúdio para o Juízo Final, e a necessidade de uma preparação para o arrebatamento dos santos, que seriam liberados do Dia do Julgamento. O livro *The Late Great Planet Earth* [O Último Grande Planeta Terra], de Hal Lindsey, que tratava do tema, tornou-se *best-seller* e alimentou a formação de grupos como Children of God [Os Meninos de Deus] ou The Alamo

¹⁶⁹ Uma das referências de igreja que se adaptou ao estilo *hippie* é a Calvary Chapel (Capela do Calvário), em Santa Ana (Califórnia), de origem luterana, liderada na época pelo pastor Chuck Smith. Esta igreja tornou-se referência do Movimento de Jesus.

¹⁷⁰ Levou algum tempo para a mídia estadunidense atentar para o movimento de contracultura religiosa que extrapolava o campo religioso e penetrava outros campos sociais daquele país. Em fevereiro de 1971, a revista *Look* publicou uma matéria de capa intitulada “71's Beach Scene” [Cena de Praia de 1971] que trazia a foto de um jovem *hippie* sendo batizado em uma praia. A partir daí uma seqüência de artigos nas revistas *Life*, *Newsweek*, *Time* e outras de grande alcance nos Estados Unidos deram ênfase ao Movimento de Jesus e mostraram imagens de cultos de batismo em praias, grandes encontros de oração, evangelistas de cabelos compridos e músicos do “Jesus Rock”. Falava-se então em “movimento”, o “Jesus Freak” [Alternativo de Jesus], que alguns autores qualificavam como um dos fenômenos sociais mais curiosos do início dos anos 70, ao lado de outros surgidos na época como os *Black Panthers*, os *hippies*, e ativistas estudantis e feministas. Cf. JESUS MOVEMENT. Disponível em: <<http://one-way.org/jesusmovement>>. Acesso em: 23 nov. 2002.

¹⁷¹ Um dos festivais mais marcantes do movimento foi o Explo’72, uma cruzada evangelística realizada em 1972, no Cotton Bowl, na cidade de Dallas. Denominado por Billy Graham, um dos pregadores convidados, um “Woodsrock religioso”, o festival reuniu por uma semana cerca de 80 mil jovens dos Estados Unidos e de outros 75 países para culto e ensino. O encerramento deu-se em espaço aberto que reuniu cerca de 150 mil pessoas para nove horas de rock, lideradas pelo cantor de música *country* Johnny Cash, que pregava: “Eu já experimentei drogas e um pouco de tudo o mais, e não há nada que satisfaça mais a alma do que ter o Reino de Deus sendo construído e crescendo dentro de você”. O festival foi capa da revista *Life*, de 30 de junho de 1972. Cf. Id. *ibidem*.

Foundation [Fundação Álamo]. Estes levaram o movimento ao extremo ao criarem comunidades alternativas, inicialmente qualificadas como comunidades de compromisso, mas depois denunciadas como heréticas, por terem desenvolvido “desvios doutrinários” por meio de suas práticas.

Sobre o significado do Movimento de Jesus para os movimentos de juventude que enfatizam a música, Bob Fitts, pastor estadunidense e músico, escreveu:

[Os anos 70 apresentaram ao mundo] jovens cheios de ‘um novo sopro de Deus’ e, como resultado, novos cânticos de louvor fluíam de seus lábios. As ruas (...) viviam cheias de milhares de jovens, que marchavam ao som de cânticos de louvor e adoração, o que gerou uma nova onda de músicas de louvor contemporânea, gravadas e distribuídas para todo o mundo através da Maranatha Music. [Este movimento] tem ajudado a entender melhor a relação entre avivamento e adoração, através de novos hinos de louvor e adoração”.¹⁷²

Vários líderes formados pelos grupos estadunidenses ligados ao Movimento de Jesus transformaram-se em missionários e espalharam-se por diferentes países para proclamar a fé cristã e o novo jeito de se estabelecer em unidades. Muitos vieram para o Brasil e implementaram essa nova forma de evangelizar nas ruas, praças e praias, por meio da informalidade e facilidade de adaptação inspiradas no movimento *hippie*. Faziam uso de apresentações teatrais, musicais, abordagens pessoais, versões das músicas originais no inglês eram preparadas em português e a guitarra e a bateria – instrumentos base para os gêneros musicais que esses grupos privilegiavam (o rock e a balada romântica) – passaram a ser utilizadas. Esse modo jovem de cultuar, cantar e pregar passou a influenciar fortemente a juventude protestante brasileira e ampliou a presença dos movimentos paraeclesiásticos já existentes no País, reforçando-os e abrindo espaço para outros.

A Organização Palavra da Vida, por exemplo, evitava a informalidade *hippie* na aparência, mas consolidou sua opção pelo uso da música como estratégia de comunicação nas campanhas evangelísticas e nas atividades dos retiros espirituais. Ela passou a gravar discos com composições dos seus líderes ou de jovens internos do Seminário Bíblico. Seguiram o mesmo caminho outras paraeclesiásticas como Jovens da Verdade e Mocidade para Cristo.

Nesse contexto surgiram os grupos musicais jovens brasileiros, que produziram canções mais elaboradas que os corinhos, não para cântico congregacional, mas para serem ouvidas, introjetadas. Os grupos ou conjuntos jovens de organizações paraeclesiásticas assumiram a

¹⁷² CAMPOS, Adhemar de. *Adoração e Avivamento*. São Paulo: W4Endonet Comunicação e Editora Ltda. 2002. p. 5-6.

missão de compor e apresentar as canções de conteúdo religioso para serem mensagens inseridas nos momentos de culto. Era a versão popular e jovem do clássico canto coral. Foram vários os grupos que nasceram nesse período, e entre os mais populares estão Vencedores por Cristo, Palavra da Vida, Grupo Elo, Comunidade S-8. A gravação de discos por meio de produção independente contribuiu com a popularização desses conjuntos jovens, ainda que a distribuição fosse restrita às poucas livrarias e lojas evangélicas. A força da divulgação concentrava-se nas apresentações em programações das igrejas locais e em campanhas evangelísticas, quando os discos eram vendidos. A consolidação dos grupos e de sua força musical fez com que a sua apresentação em igrejas locais incluísse a liderança de todo o programa, isto é, os conjuntos preparavam e coordenavam a liturgia, o que incluía a pregação da palavra e um apelo à conversão de participantes não-evangélicos.

As canções, mais elaboradas, possuíam letras mais extensas e melodias mais trabalhadas em comparação com os corinhos. Tendo por característica principal a apresentação para uma audiência, elas contavam com arranjos vocais e exigiam uso de outros instrumentos além do violão e do teclado, o que também impunha a necessidade de aparelhagem de som. O conteúdo teológico não se distanciava das bases pietistas da pregação evangélica no Brasil, como pode ser observado nos exemplos a seguir:

Muito embora
(Vencedores por Cristo)

Muito embora um só Jesus exista
Nem todos sabem vê-lo como é:
Filósofo, poeta ou comunista,
Ou mesmo um hippie já se disse até.
Mas Jesus é bem mais importante
Quando se sabe de seu grande amor.
E é preciso hoje que se cante
Jesus filho de Deus, o Salvador.
Por todo mundo procurei
Verdade, amor com que sonhei.
Vazio achei ao meu redor,
Nada melhor.
Ao ver a vida se perder
Tão fraco eu penso em que fazer.
Quem vem trazer a solução? Dar direção?
Tanta procura, ilusão
A vida escura e sem razão.
Viver a troco de não ser,
Melhor morrer.
Caminho estreito, eu vi a cruz
E no meu peito o céu em luz.
Meu sonho a paz achei enfim
Jesus em mim.

Calmo, sereno, tranqüilo
(Grupo Palavra da Vida)

Calmo, sereno, tranqüilo
Sinto descanso neste viver.
Isto devo a um amigo
E só por ele eu pude obter.
Ele é Jesus, meu amigo,
Meu senhor, meu salvador.
Só por ele eu ganhei
A vida eterna com Deus.
Triste foi sua história
Morreu na cruz sem pecado algum.
Só porque me amou
Morreu por mim e não hesitou.

O grupo que mais se destacou no período foi o Vencedores por Cristo, fundado pelo pastor estadunidense Jaime Kemp, que atuava no Brasil pela Sepal. O modelo inicial era o de formar equipes de música durante o período das férias escolares e percorrer o País com apresentação em todo tipo de espaço. Depois da experiência evangelística, os jovens voltavam para suas igrejas de origem e estruturavam o seu próprio grupo musical ou repassavam as canções para grupos já existentes.¹⁷³ O conjunto, cuja atividade cresceu a ponto de transformar-se na Missão Vencedores por Cristo, ainda existe, e tornou-se marcadamente conhecido no meio protestante por suas composições caracterizadas por força poética e inovadoras na inserção de ritmos brasileiros como a bossa-nova e o baião.¹⁷⁴

Uma consequência deste processo vivenciado nos anos 70 foi a consolidação dos conjuntos jovens como modelo de participação da juventude nas igreja locais – era raro encontrar uma igreja evangélica que não o possuísse, e muitas possuíam mais de um. O repertório era o dos conjuntos-modelo Vencedores por Cristo, MPC, Elo, Palavra da Vida; alguns grupos arriscavam composições próprias. O padrão não se restringia somente às canções mas à forma de cantar – arranjos vocais, por exemplo – e de se apresentar – uso de uniforme, disposição

¹⁷³ Cf. BARROS, Laan Mendes de. *A canção de fé no início dos anos 70: harmonia e dissonância*. São Paulo, 1998, Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Comunicação Social, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1988. p. 128-129.

¹⁷⁴ No final dos anos 70, o VPC sofreu uma mudança de orientação, então liderado pelos jovens compositores presbiterianos Guilherme Kerr e Sérgio Pimenta. A transformação foi revelada na gravação do disco “De vento em popa”, fortemente marcado pela bossa-nova. O baião aparece nos anos 80, na canção “Pescador” do disco “Tanto Amor” (autor: Sérgio Pimenta): “É manhã, pescador já se lança no mar/pra pegar uns pescados/pra ganhar uns trocados/para se sustentar/sol a sol com suor/céu e céu, mar e mar/quando enfrenta perigo logo lembra do amigo que não pode voltar/meia volta se faz/não dá pra retornar/some o sol some a cor/surge o medo e o temor/e se esquece da dor/e se esquece do pão/e esquece o metal/sabe que de sua vida/se Deus não der guarida/o que vem é fatal/pois se a vida é naufrágio/todo esforço é fracasso/só Deus tem solução”.

cênica. Os conjuntos paraeclesiásticos “ditavam moda”.¹⁷⁵ Os conjuntos jovens em pouco tempo tornaram-se a forma de articulação da juventude local, que se reunia não só para ensaiar as canções mas também para orar e estudar a Bíblia em preparação para as apresentações musicais; e freqüentemente realizava retiros espirituais para busca de maior consagração como jovens cristãos.

A abertura que as lideranças eclesiásticas ofereciam a esta renovação musical, uma postura oposta àquela assumida uma década antes diante da introdução de novos ritmos e instrumentos, merece ser questionada. Por que a abertura ao novo nesse momento? Por que a cessão de espaço aos jovens para interferir na tradição do culto protestante? Uma explicação pode ser encontrada não no cenário religioso exclusivamente, mas também no quadro sociopolítico brasileiro no período.

3.2.3 A modernização da cultura religiosa evangélica e o processo de modernização do Brasil

Os poucos artigos e trabalhos acadêmicos que tratam do tema aqui em questão, tanto numa perspectiva crítica quanto de louvor a esse contexto de mudanças na musicalidade protestante dos anos 70, parecem concordar em um ponto: há uma revolução musical experimentada pelo campo religioso evangélico no período.

No entanto, o desafio aqui é de a análise não se restringir a aspectos meramente descritivos do processo (evocando-se a reflexão já desenvolvida neste trabalho em relação às “posturas complacentes” referentes a processos culturais em curso). Neste caso, é preciso reconhecer que a revolução musical evangélica dos anos 70 traz em si um estímulo não somente religioso mas sociopolítico: há uma questão de poder imbricada no processo.

Como já descrito no Capítulo 2, o Brasil vivia, no período, o apogeu da ditadura militar: o AI-5 havia sido decretado, a censura era forte estratégia para garantia do poder militar, o Congresso Nacional havia sido fechado, direitos políticos cassados e lideranças de oposição presas. Ao mesmo tempo, a propaganda ideológica disseminava os ideais de um Brasil que caminhava a passos largos para o progresso e o desenvolvimento: “Este é um país que vai pra frente”; “Ninguém segura este país”.

¹⁷⁵ Cf. BARROS, Laan Mendes de. *A canção de fé no início dos anos 70: harmonia e dissonância*. São Paulo, 1998, Dissertação (Mestrado em Comunicação). Pós-Graduação em Comunicação Social, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1988. p. 129.

O alinhamento das lideranças do PHM com os ideais da ditadura militar instalada no Brasil em 1964 e consolidada com o Ato Institucional nº 5, de 1968, havia provocado, no final dos anos 60, uma desarticulação sem precedentes dos movimentos de juventude protestantes conforme já descrito no Capítulo 2 deste trabalho. Fechamento de seminários teológicos, extinção de associações de juventude, destituição de lideranças de funções eclesiásticas, censura a veículos de comunicação oficiais da juventude e outras posturas deram o tom de um período que estabeleceria uma apatia entre os jovens do PHM.

Esse vazio foi então preenchido nos anos 70 pelas organizações paraeclesiásticas que já tinham espaço entre jovens desde os anos 50 e pelos conjuntos jovens que surgiram como alternativa para a atuação da juventude. A idéia que passou a ser trabalhada foi que a juventude deveria estar dentro das igrejas e não fora dela, envolvida com movimentos ideológicos mundanos. Os conjuntos jovens e os retiros espirituais dos grupos paraeclesiásticos foram instrumentos para o estabelecimento desse novo ideal. Mas não só: as paraeclesiásticas e os conjuntos tinham inspiração no modelo estadunidense. Modernidade e beleza – elementos de atração da juventude – eram os componentes do novo processo. A eletrônica das aparelhagens de som e dos instrumentos, os gêneros musicais da moda adaptados à religiosidade e a aparência *clean* dos novos líderes traziam um novo formato para o jeito de ser jovem nas igrejas evangélicas.

A abertura das lideranças eclesiásticas a esse novo padrão modernizado representava uma alteração radical em relação às posturas repressivas dessa mesma liderança nas décadas anteriores. O que parece ocorrer é, na verdade, não uma simples concessão para garantir a juventude dentro das igrejas, mas seguir a corrente do próprio movimento sociocultural que o Brasil experimentava.

Seguindo o desafio que Maria Cristina Mata dispôs ao criticar as “posturas complacentes” nas pesquisas culturalistas, já descrito no Capítulo 1 deste trabalho, ao se estudar a revolução musical evangélica nascida entre a juventude nos anos 70, importa não só descrever o fenômeno mas analisar o sentido dele; e perguntar pelo sentido é perguntar pelos sujeitos.

A inserção de novos ritmos e de novos instrumentos musicais no culto protestante, bem como de uma nova forma de atuação da juventude evangélica, não é garantia de nada: é um avanço na expressão cültica protestante ou uma estratégia dos grupos eclesiásticos dominantes para “acalmar” a juventude? Ao se perguntar pelos sujeitos, é preciso indagar: na proposta discursiva dos conjuntos jovens tanto paraeclesiásticos quanto locais há alguma “alteração do dominante”, ou seja, há uma ampliação dos discursos religiosos possíveis, ou nada mais é do

que o mesmo numa versão “moderna” e popular? Como ler politicamente esta “contracultura” protestante da época?

Referindo-se à cultura, vale registrar que foi durante o governo dos militares que o País encontrou no Estado o seu maior patrocinador cultural. Gabriel Cohn estudou o processo e indica que ocorreu o “equacionamento da cultura adequado ao regime político que se procurava consolidar”.¹⁷⁶ Paralelamente à censura e à intervenção em instituições culturais – o que poderia ser qualificado como operação de retaguarda, ou política de segurança – para o desenvolvimento de uma política nacional de cultura, essa política propunha a preservação de patrimônio cultural, o incentivo e o financiamento de produtos culturais que colocassem o Brasil no nível dos países desenvolvidos – o que poderia ser qualificado como operação de linha de frente, ou política de desenvolvimento/modernização.

A intenção não era outra senão o controle sobre o processo cultural diante da hegemonia cultural de esquerda no País e a instrumentalização da cultura para responder às demandas de participação popular e representatividade, em especial da população urbana. A partir deste princípio o Estado militar pós-AI-5 desenvolveu medidas como: (1) criação do Departamento de Assuntos Culturais (1972); (2) criação do Conselho Nacional de Direito Autoral (1973); (3) criação da Fundação Nacional de Arte (1975); (4) extinção do Instituto Nacional de Cinema e ampliação das atribuições da Empresa Brasileira de Filmes/Embrafilme, criada em 1969 (1975); e (5) criação do Conselho Nacional de Cinema (1976).¹⁷⁷ A consequência dessa política foi a

cooptação “culturalista” das massas ao invés de distributivismos ou de reformas de caráter nacional-populista. (...) A indústria da informação e da cultura seria o meio naturalmente adequado a esse projeto, donde a necessidade de se controlar os *mass-media*, expurgando-os de qualquer potencial virulência política.¹⁷⁸

¹⁷⁶ COHN, Gabriel. A concepção oficial da política cultural nos anos 70. In: MICELI, Sérgio (Organizador) *Estado e Cultura no Brasil*. São Paulo: Difel, 1984. (Corpo e Alma do Brasil). p. 87.

¹⁷⁷ MICELI, Sergio. O processo de “construção institucional” na área cultural federal (anos 70). In: Id. Ibid. p. 58.

¹⁷⁸ SODRÉ, Muniz. O mercado de bens culturais. In: Id. Ibid. p. 144.

O monopólio das concessões de rádio e TV e o financiamento da produção cinematográfica consolidavam o controle do governo militar, ao mesmo tempo em que se estabelecia a idealizada modernização por meio da industrialização cultural. A modernização da televisão brasileira, com alta sofisticação tecnológica, e a ampla produção cinematográfica são os resultados mais marcantes desta política cultural.

No campo religioso evangélico, os reflexos desse processo eram experimentados. As demandas de participação dos jovens teriam resposta via abertura à modernização da cultura protestante que ocorria por meio dos conjuntos jovens e campanhas das paraeclesiásticas.¹⁷⁹ Tal modernização atingia uma instituição cara ao protestantismo: o culto. A sacralização de instrumentos musicais antes profanos, como as guitarras e a bateria, a cessão da pregação aos jovens modernos e a plena adoção de outros veículos de comunicação para a pregação da palavra, como o desenho e o drama, são marcas desse período.

Parafraseando Sodré, desenvolveu-se nas igrejas do PHM uma cooptação culturalista da juventude em vez de repressão ou de reformas de caráter eclesiástico. A indústria da música foi o meio mais adequado a essa postura,¹⁸⁰ já que o núcleo da mensagem tradicional do protestantismo brasileiro estava preservado e o alinhamento com os ideais do Estado militar promovido. No que diz respeito ao discurso religioso, a teologia dos cânticos e das práticas da juventude nos anos 70 era a mesma da hinódia do PHM; no em relação ao discurso sociopolítico, a própria mensagem religiosa com base no individualismo e na negação do mundo já reforçava uma alienação da juventude e da Igreja. Mais ainda, conforme Laan Mendes Barros desenvolve em pesquisa sobre a “canção de fé” nos anos 70, havia uma afinação com a propaganda do governo militar. Um exemplo que o pesquisador utiliza é a contracapa do quarto compacto do grupo Vencedores Por Cristo, de 1970. O título do texto ali veiculado era “Ninguém segura Vencedores por Cristo”, à luz da propaganda governamental “Ninguém segura este país”.¹⁸¹

Um artigo no jornal oficial da Igreja Metodista, publicado em 1981, expõe uma abordagem crítica do período a qual corrobora a análise aqui desenvolvida:

¹⁷⁹ O comprometimento das organizações paraeclesiásticas estadunidenses com a nova direita norte-americana foi o visto de entrada desses grupos durante a ditadura militar, conforme a pesquisa do jornalista LIMA, Delcio Monteiro. *Os Demônios descem do Norte*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1987.

¹⁸⁰ Laan Mendes de Barros indica que os anos 70 foram um período de intensa e crescente produção fonográfica evangélica, com a criação de mais de 30 gravadoras (maioria de pequeno porte), responsáveis por 40% do mercado musical evangélico no período. BARROS, Laan Mendes de. *A canção de fé no início dos anos 70: harmonia e dissonância*. São Paulo, 1998, Dissertação (Mestrado em Comunicação). Pós-Graduação em Comunicação Social, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1988. p. 105.

¹⁸¹ Id. *ibid.* p. 111.

A história recente diz que há um lapso, um silêncio, um vazio no recém-passado da atual geração jovem. Tanto faz creditar esse vazio a 1964/68 (externamente), ou aos “milagres” posteriores que produziram os “novos crentes” safra classe-média 70, rompendo a informalidade do modelo herdado/importado de igreja rural e familiar, gerando fornadas de clérigos na mentalidade consumista e cultivadora de posição social (internamente). Na verdade, Igreja e Estado trocaram figurinhas.

Como resultado, na política ou nas paróquias, caducaram as lideranças. (...) Os jovens não deixaram de surgir, até por questão biológica. Mas sua entrada na adolescência foi pela vitrine dos escombros: censura nas telas; “Hair”, no teatro; na música, “Help!”; Roberto Carlos e o Tropicalismo; na televisão, a Copa do Mundo e noticiários da Transamazônica; “Brasil, ame-o ou deixe-o”, nos carros; nos bancos escolares, Educação Moral e Cívica... Era natural que surgissem os tais “conjuntos jovens” nas igrejas. Afinal, indiretamente, os conjuntos substituíam a falência e o esfacelamento das sociedades do velho modelo, não perturbavam a “ordem” vigente (na Igreja ou fora dela), constituíam ponto de encontro, justificativa para sair de casa – até viajar! – faziam seus próprios “estudos”, eram “uma gracinha” para os mais velhos. Opção discutível? Talvez, mas essa foi a saída. Além da ação dos grupos paraeclesiásticos (ou interdenominacionais) predominantemente norte-americanos, que capitalizaram o descuido doutrinário e comunitário das igrejas locais para seus projetos instantâneos de vida encantada: você e Deus, Deus e você! Nem a salvação escapou do crediário.¹⁸²

A compreensão deste fenômeno e sua imbricação nos cenários religioso e sociopolítico do período contribui com a análise das razões pelas quais outros movimentos de renovação musical não foram tão bem-sucedidos. Por exemplo, as iniciativas de vincular música evangélica às lutas do cotidiano e às expressões musicais populares. As primeiras iniciativas remontam a 1966, quando se tentou elaborar composições com letras relacionadas à vida cotidiana com ritmos populares brasileiros. Segundo Jaci Maraschin, um dos marcos desse processo foi a letra “Que estou fazendo?”, do pastor presbiteriano João Dias de Araújo¹⁸³, escrita em 1966, e que ganhou música apenas em 1974, por Décio Lauretti.¹⁸⁴ Essas composições feitas no período respondiam aos movimentos por responsabilidade social da Igreja, impulsionados no interior do movimento ecumênico. Nesse momento se gestava a Teologia da Liberação na América Latina.

¹⁸² QUINTINO, Milton. Chega de transição! *Expositor Cristão*, São Bernardo do Campo, n. 5, 1 quin. mar. 1981, p. 16.

¹⁸³ Que estou fazendo se sou cristão?/Se Cristo deu-me o seu perdão/há muitos pobres sem lar, sem pão/há muitas vidas sem salvação/meu Cristo veio pra nos remir/o homem todo sem dividir/não só a alma do mal salvar/também o corpo ressuscitar/Há muita fome no meu país/Há tanta gente que é infeliz/Há criancinhas que vão morrer/há tantos velhos a padecer/milhões não sabem como escrever/milhões de olhos não sabem ler/nas trevas vivem sem perceber/que são escravos de outro ser/aos poderosos eu vou pregar/aos homens ricos vou proclamar/que a injustiça é contra Deus/e a vil miséria insulta os céus.

¹⁸⁴ MARASCHIN, Jaci. O canto popular e a expressão da vida. *Cadernos de Pós-Graduação*, São Bernardo do Campo, n. 2, p. 13-28. fev. 1983. p. 20.

Várias reuniões sobre o tema “Música evangélica, realidade e cultura brasileira” foram realizadas, dentre elas um Simpósio da Associação dos Seminários Teológicos Evangélicos (ASTE), em São Paulo, em 1972, que agregou teólogos, professores de música e compositores. Fruto do processo foi a organização de um livro ecumênico de cânticos brasileiros intitulado *Nova Canção*. Editado pela Imprensa Metodista, o material foi organizado por uma missionária musicista presbiteriana radicada no Brasil, Nora Buyers, e reunia uma coletânea de 78 canções, originadas em diferentes denominações evangélicas. De acordo com estudiosos, foi o primeiro esforço de criação de uma coletânea de hinos brasileira e ecumênica.¹⁸⁵

Sete anos depois do lançamento do *Nova Canção*, foi produzido pela ASTE um novo cancioneiro: *A canção do Senhor na Terra Brasileira*, organizado por Jaci Maraschin e Simei Monteiro. De cunho também ecumênico, com 31 canções, o cancioneiro foi resultado do simpósio da ASTE realizado em 1981 com o tema “Evangelização e Educação Teológica no Brasil”. Um terceiro cancioneiro foi organizado por Jaci Maraschin e equipe editorial do Instituto Anglicano de Estudos Teológicos, em 1987: *Novo Canto da Terra*. A obra reuniu 201 canções, quase todas brasileiras.¹⁸⁶

Ainda nos anos 70, a Imprensa Metodista lançou o selo “Liberdade Edições Musicais”, que forneceu espaço para a divulgação de produções musicais evangélicas brasileiras na linha ecumênica.¹⁸⁷ No entanto, foi muito difícil para esse movimento da “MPB” ecumênica conquistar espaço nas igrejas locais. As músicas ficavam restritas a apresentações dos corais e grupos em encontros ecumênicos, onde eram também cantadas, ou em liturgias de congregações cujas lideranças eram simpatizantes do movimento.

As igrejas locais identificavam-se muito mais com as propostas dos grupos herdeiros do Movimento de Jesus, que traziam renovação musical no tocante a ritmos e melodias, mas, como já referido, preservavam o núcleo da mensagem tradicional do protestantismo brasileiro

¹⁸⁵ Em 1987, foi realizada uma segunda edição do “Nova Canção”, revista e atualizada, com novos cânticos acrescentados, com coordenação do Centro Ecumênico Brasileiro de Estudos Pastorais (Cebep) e do Centro Audiovisual Evangélico (Cave).

¹⁸⁶ Pesquisa sobre este cancioneiro resultou na obra SILVA, Fábio Henrique Pereira. *O Novo Canto da Terra: estudo sobre sua contribuição à renovação litúrgica musical das igrejas evangélicas*. São Paulo, 2001. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2001.

¹⁸⁷ Em 1983 foi lançado o LP “Revivendo”, gravado pelos grupos Viva a Vida (da Igreja Metodista) e Gente de Casa (Igreja Episcopal), que incluiu músicas produzidas pelo grupo SSPPROARTE, a Subsecretaria de Promoção Artística da Secretaria de Educação Cristã da Igreja Metodista; em 1985 foi a vez de “Mudança”, gravado pelo Coral Canto da Terra, da Faculdade de Teologia da Igreja Metodista; em 1986, o coral da Universidade Metodista de Piracicaba gravou o cassete-completo do cancioneiro “O Esperado”; o LP “Questão de Fé” foi gravado pelo grupo Viva a Vida, em 1987.

(pietismo, individualismo, negação do mundo, sectarismo, antiecumenismo) e alinhavam-se com os ideais do Estado militar.

3.3 A explosão *gospel* dos anos 90

Todo este processo que criou os corinhos dos anos 50 e 60, o Movimento de Jesus e a revolução musical jovem dos anos 70 faz parte da gênese do que é hoje denominado movimento *gospel*, cuja explosão acontece nos anos 1990, provocada principalmente pelas bandas de rock evangélico. As bandas, além do uso do rock e suas variações, como o *hard rock* ou o *metal rock*, inauguram uma nova linha de desenvolvimento da música evangélica, com novos estilos de apresentação (por meio de espetáculos e não cultos ou programas evangelísticos) e de elaboração de letras mais “irreverentes” (com o uso de linguagem mais coloquial) e exploração de temas mais relacionados ao cotidiano da juventude. O conteúdo religioso continuava preservando o núcleo da mensagem central evangélica, conversionista e negadora do mundo. Um exemplo pode ser tomado da composição “Baião”, interpretada pela Banda Rebanhão, de autoria um de seus integrantes, Janires Magalhães:

Minha vida aqui era muito louca
 Só faltei correr atrás de avião
 Mas Jesus entrou no meu deserto
 Inundou o meu coração,
 Eu era magro que dava dó
 Meu paletó listrado era de uma listra só
 Mas Jesus entrou
 No meu deserto
 Inundou o meu coração
 Sem Jesus Cristo é impossível
 Se viver neste mundão,
 Até parece que as pessoas
 Estão morando no sertão.
 é faca com faca, é bala com bala,
 Metralhadoras e canhões
 Até parece que as faculdades
 Só tão formando lampiões.
 E lampião e lamparina
 Vela acesa e candeeiro
 Nunca vai salva ninguém
 Inda se vai gastar dinheiro,
 E o dinheiro anda mais curto
 Do que perna de cobra
 Filosofia de malandro
 No bolso ele falta e nunca sobra
 E o que tá faltando de amor
 Tá sobrando de iniquidade,
 Todo mundo se odiando
 Pelas ruas, pelas ruas da cidade.

Se essas ruas, se essas ruas
 Fossem minhas, eu pregava cartaz,
 Eu comprava um spray
 Escrevinhava nelas todas:
 Jesus, The only way.
 Jesus é o único caminho
 Para quem quer morar no céu,
 Quem quiser atalhar
 Vai pro beleléu.

3.3.1 Os pioneiros do rock cristão

A Banda Rebanhão, formada no Rio de Janeiro em 1985, ficou conhecida como a precursora do rock *gospel* brasileiro pelo sucesso que alcançou. Gravou discos por gravadoras seculares como a Polygram (que havia criado nos anos 80 a “Série Evangélica Especial”) e a Continental.¹⁸⁸ A banda não era vinculada a uma igreja – na linha dos conjuntos jovens dos anos 70, era integrada por músicos de diferentes denominações evangélicas. O sucesso do estilo irreverente (nas vestimentas, no som das guitarras e nas letras das músicas) não foi sinal de unanimidade. Grupos tradicionalistas negavam o uso do rock como expressão litúrgica, e entre eles, os mais fundamentalistas atribuíam às músicas um conteúdo demoníaco.¹⁸⁹

Fomos acusados por um grupo de Campinas. Eles faziam palestras nas Igrejas – contra o Rock, falando de sua inspiração demoníaca – e afirmavam que nas músicas do Rebanhão havia mensagens subliminares demoníacas (...). Mas se disseram que Jesus era de Belial, o que não vão fazer com a gente?¹⁹⁰

Apesar das reações e conflitos, num curto espaço de tempo muitas igrejas evangélicas e seus grupos de juventude trocavam o modelo “conjuntos jovens” pelas “bandas”.

¹⁸⁸ O destaque da Banda Rebanhão na história do movimento *gospel* brasileiro pode ser constatado com a inserção do verbete “Rebanhão” no *Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira*: “Grupo *gospel* do Rio de Janeiro. Gravou seu primeiro disco em 1985, ainda com a formação original que contava com Janires Magalhães Manso no violão e voz, Kandell na bateria e Zé Alberto na percussão. Neste primeiro LP ‘Mais doce que o mel’, pela gravadora Doce Harmonia, o grupo interpretou composições próprias. Em 1986, gravou seu segundo disco, ‘Semeador’, pela gravadora Polygram, através da Série Evangélica Especial. Neste disco, com a formação mais reduzida, foram gravadas músicas de autoria dos compositores do grupo como Carlinhos Félix e Pedro Braconnot. O LP contou ainda com as participações especiais de Sidney Ferreira na bateria e Natan no vocal”. REBANHÃO. In: INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN. *Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira*. Disponível em: <<http://www.dicionariocravoalbin.com.br>>. Último acesso: 2 fev. 2004.

¹⁸⁹ Foi nessa época que se popularizou entre os evangélicos a noção de “propaganda subliminar demoníaca”. Segundo se pregava e “comprovava”, Satanás utilizava brinquedos infantis, quadros, filmes e até músicas para influenciar pessoas para o mal. Esta “propaganda demoníaca” era subliminar. Explicava-se que, nas músicas, a propaganda poderia ser identificada quando se tocavam os discos (na época de vinil) “ao contrário”. Os discos da Banda Rebanhão eram usados com exemplo. Cf. BAGGIO, Sandro. *A revolução da música gospel*. São Paulo: Êxodus, 1997. p. 133-144.

¹⁹⁰ Depoimentos de Pedro Braconot, líder da banda Rebanhão, cf. AZEVEDO, Dayane, MELLO, André. Dossiê completo. *Boletim Aline Barros*. Disponível em: <<http://www.idpbrasil.hpg.ig.com.br/boletim/bolealibn.htm>>. Acesso em: 2 fev. 2003.

O Rebanhão estava se apresentando [em um evento evangelístico na Quinta da Boa Vista, no Rio de Janeiro] e tocando rock ao invés dos tradicionais hinos. Aquilo me marcou tremendamente porque eu percebi o poder que a música, especialmente o rock, tem para atrair a juventude.¹⁹¹

O “estilo Rebanhão” de “cantar para Deus” fez história não só pelo sucesso e adesão dos jovens, o que já havia acontecido nos anos 70 com os conjuntos musicais. Ele foi marcado pelo rompimento radical com o estilo tradicional musical evangélico. Radical aqui significa a adoção de ingredientes considerados “profanos” para a musicalidade religiosa evangélica: postura cênica, visual dos músicos, linguajar, apresentação no estilo espetáculo (a Rebanhão foi o primeiro grupo evangélico a se apresentar em casas de show, como o Canecão no Rio de Janeiro). O secular penetrava na performance da nova música evangélica.

Fomos mal interpretados por muitos, mas sempre buscamos respeitar com amor e explicar os motivos de fazermos um som “diferente”. Deus vê o coração das pessoas. Não tínhamos a pretensão de ser nenhuma unanimidade nacional, mas sim cumprir o nosso papel, e vejo que tivemos frutos e é isso que importa.. (...) O rock cristão veio para se opor à cultura de Woodstock – Sexo, drogas e rock’roll – esse foi o ponto de contato para alcançar a geração [jovem]. (...) Creio que nossa maior contribuição foi quebrar barreiras culturais e espirituais ajudando a mudar o estereótipo de que o cristão é um cara fechado, carrancudo e chamar a atenção para o Evangelho.¹⁹²

Este novo gênero, portanto, se estabeleceu, e foi um “gérmen” do que seria popularizado posteriormente como música *gospel* no Brasil. Na trilha do Rebanhão surgiram outros grupos de rock e cantores, que foram estimulados a desenvolver trabalhos com outros ritmos. A popularização e disseminação do termo *gospel* foi resultado da ação de um grupo específico: a Igreja Renascer em Cristo. As características da constituição dessa igreja tornaram-na veículo de uma nova expressão da religiosidade evangélica, que passou a ser modelo para grupos que integravam igrejas do ramo histórico e para novos grupos evangélicos que se formavam. A Renascer foi o segmento evangélico determinante para a consolidação do movimento *gospel*.

¹⁹¹ Depoimento de Marcão, vocalista da Banda Fruto Sagrado, grupo formado em 1988 que consolidou o seu trabalho e hoje grava CDs pela MK Publicitá, uma das maiores do mercado fonográfico *gospel*. Cf. CONHEÇA os roqueiros que revolucionaram a música *gospel*. In: FRUTO Sagrado. Disponível em: <http://www.frutosagrado.com.br/news_noticia.cfm?cod_news=77>. Acesso em: 2 out. 2003.

¹⁹² CONHEÇA os roqueiros que revolucionaram a música *gospel*. *Fruto Sagrado*. Disponível em: <http://www.frutosagrado.com.br/news_noticia.cfm?cod_news=77>. Acesso em: 2 out. 2003.

3.3.2 A popularização do termo *gospel*

A Igreja Renascer em Cristo foi fundada em 1986 pelo casal Estevan e Sonia Ernandes.¹⁹³ Ambos nasceram em famílias que vivenciavam uma fé evangélica. Estevan vinha de tradição pentecostal – da Igreja Pentecostal da Bíblia no Brasil – e Sonia, da Igreja Presbiteriana Independente, onde foi diaconisa aos 15 anos. O casal se conheceu em uma das programações da Igreja Pentecostal da Bíblia, onde Estevan tocava saxofone. Além de iniciação musical, ele teve formação universitária incompleta em Administração de Empresas, e trabalhado por 12 anos em grandes empresas como a Xerox e a Itaútec, como gerente de marketing. Durante um período de crise no casamento, Estevan e Sonia Ernandes passaram a frequentar a Igreja Cristã Evangélica Independente de Indianópolis (conhecida como Igreja Cristo Salva), uma igreja pentecostal fundada em 1975 por Cássio Colombo, um ex-empresário convertido após falência financeira, que se tornou então pastor, conhecido como “Tio Cássio”.

O contato com a Igreja Cristo Salva foi determinante para que Estevan e Sonia Ernandes delineassem uma nova forma de organização eclesial. Nascida de reuniões com jovens às segundas-feiras, em espaço informal, com programação baseada em “testemunhos” de experiências religiosas e música, a Igreja Cristo Salva alcançou crescimento rápido a ponto de reunir adeptos “famosos” como o piloto de Fórmula 1 Alex Dias Ribeiro, um dos fundadores da paraeclesial “Atletas de Cristo”, responsável pela popularização do nome “Cristo Salva”.¹⁹⁴ Nas pregações, já se observavam introduções do que seria popularizado pelos neopentecostais nos anos 80 e 90 – as teologias da prosperidade e da guerra espiritual.

Após atuação destacada na Igreja Cristo Salva, o casal Estevan e Sonia Ernandes seguiu o modelo de “Tio Cássio” e começou a organizar reuniões de estudo bíblico com jovens em sua casa. Com o crescimento do grupo, elas foram transferidas para uma pizzaria.

O sucesso do grupo e o desejo de ampliar a atuação com jovens levaram o casal Ernandes a fundar a Igreja Renascer em Cristo, em 1986. Muitos dos frequentadores, além dos jovens

¹⁹³ Cf. SIEPIERSKI, Carlos Tadeu. *O sagrado num mundo em transformação*. São Paulo: Edições ABHR e UFRPE, 2003. p. 81-102; DOLGHIE, Jacqueline Zíroldo. *A Renascer em Cristo e o mercado de música gospel no Brasil*. São Paulo, 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2002; MATAYOSHI, Leda Yukiko. *Bem aventurados os que se comunicam como marca*. A Igreja Renascer em Cristo. São Paulo, 1999. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999; e *Religião e Comunicação: a igreja eletrônica em tempos de globalização gospel*. São Paulo, 2000. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1997.

¹⁹⁴ Alex Dias Ribeiro trabalhou graficamente o slogan “Cristo Salva”, a partir de sua conversão religiosa, e o registrou para utilizar nas competições das quais participava. Ribeiro cedeu posteriormente os direitos da logomarca à igreja do pastor Cássio.

convertidos à doutrina evangélica pentecostal, provinham de outras igrejas evangélicas, inclusive da Igreja Cristo Salva, em busca de espaço de expressão maior para a juventude. A diferença estava no maior tempo dedicado à parte musical nas programações da igreja. Amplo espaço era concedido aos frequentadores que buscavam expressão religiosa por meio da música. Estevan Ernandes passou a organizar os jovens em bandas, para que se apresentassem nos cultos, e a organização obedecia ao critério do gênero musical: rock, jazz, *reagge*, *rap*, *funk*, samba e pagode. Aqui reside a novidade da proposta da Renascer em Cristo – ela abriu espaço litúrgico para popularização de gêneros musicais até então rejeitados pelos demais segmentos evangélicos. O sucesso da proposta atraiu aos cultos da Renascer muitos jovens frequentadores de outras igrejas evangélicas e suas famílias.

A conversão de um músico, então dependente químico, e sua adesão à Igreja Renascer despertou no casal Hernandes um projeto evangelístico voltado para jovens, em especial os dependentes químicos, no início dos anos 90. Em programação desenvolvida por Estevan Hernandes, as várias bandas formadas para tocar nos cultos da igreja passaram a se apresentar em espaço aberto – o estacionamento de um antigo cinema na Av. Lins de Vasconcelos, em São Paulo, nas noites de segunda-feira. Entre os grupos estavam as bandas Katsbarnéia (fundada por Brother Simeon, o músico convertido), Atos II (depois denominada Kadosh), Oficina G3, Resgate – hoje grupos musicais destacados em vendagem de CDs, com cifras até superiores às das mais conhecidas bandas de rock do País.¹⁹⁵

O projeto musical da Igreja Renascer em Cristo estava em sintonia com o processo de profissionalização de grupos evangélicos, agora denominados “bandas”, e de solistas, que renasciam após o predomínio dos conjuntos jovens desde os anos 70. Nomes posteriormente destacados, como a Banda Catedral e a cantora Aline Barros, começaram a transformar a música religiosa evangélica, introduzindo o estilo pop. No final dos anos 80 se realizaram os primeiros shows de música evangélica brasileira em casas de espetáculo como Canecão (no Rio de Janeiro) e Dama Xoc (em São Paulo), promovidos por empresários do mercado fonográfico.¹⁹⁶ Foi nesse período que se consolidou o sucesso da Rádio Melodia FM, no Rio de Janeiro, a primeira FM com programação 100% religiosa no Brasil. Nesse contexto Estevan Ernandes uniu-se ao publicitário Antonio Carlos Abbud, membro da Igreja Renascer, e criou a gravadora Gospel Records em 1990. O primeiro disco com o selo saiu no mesmo ano da fundação: o LP da Banda Rebanhão, na época a banda de rock evangélico mais

¹⁹⁵ REVISTA DO NOPEM. Rio de Janeiro: Nopem, jan.-jul. 2003. Mensal.

¹⁹⁶ Cf. JESUS Cristo Super Star. *Istoé On line*, São Paulo, 23 jun. 1999. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoec/cultura/155113.htm>>. Acesso em: 10 set. 2003.

prestigiada, com um histórico de quase uma década, que havia gravado discos pelo selo Poligram. Em 18 meses foram dez discos gravados, que incluíam intérpretes internacionais. No mesmo ano, a Renascer adquiriu sua primeira rádio, a *Imprensa* de São Paulo, por arrendamento, que passou a se chamar *Imprensa Gospel*.

O sucesso levou ao registro dos direitos sobre a marca “*Gospel*”, que se associou a outros empreendimentos de mídia da Igreja Renascer: a revista *Gospel*, a Editora Gospel, a TV Gospel (UHF-53), a Rede Manchete Gospel de Rádio, integrante do sistema Gospel SAT, o portal da internet IGospel, o Canal Gospel Ligaki (um sistema de atendimento telefônico 24h) e Gospel Cards. Além da mídia, a marca está também associada a uma grife de roupas, a Gospel Wear, ao curso pré-vestibular Gospel, na cidade de São Paulo, e ao cartão de crédito Gospel Card Bradesco.¹⁹⁷

Paralelamente a esse processo, o casal Ernandes fortaleceu a presença pública da Igreja Renascer em Cristo: desde 1989 foram adquiridas propriedades para funcionar como templos em diferentes locais da cidade de São Paulo e criada a Fundação Renascer (1990), o braço filantrópico da igreja.¹⁹⁸ Estevan Ernandes, o único pastor da Igreja nos primeiros anos, passou a ser auxiliado por outros pastores que ele nomeou a partir do crescimento do número de templos. Em 1994, após realizar um curso de apostolado nos Estados Unidos, Estevan Ernandes foi consagrado bispo. Posteriormente criou um conselho de bispos, dando o título a lideranças de destaque, dentre elas a esposa Sonia Hernandez e Antonio Carlos Abbud. No ano seguinte, o conselho de bispos deu o título de apóstolo e líder maior da Igreja Renascer a Estevan Ernandes.

Além dos templos, da Fundação Renascer, das estações de rádio e TV, da editora e de outros produtos de mídia, a Igreja Renascer expandiu sua atuação, no final dos anos 90, em outras frentes: criou a Escola de Profetas, um centro de treinamento de líderes para a igreja; criou a Associação Renascer de Empresários e Profissionais Evangélicos (AREPE) que funciona como apoio e consultoria para empresários e profissionais do mundo dos negócios vinculados à igreja, mas também de outras igrejas evangélicas; organizou megaeventos como o SOS da Vida (festival *gospel* realizado anualmente a partir de 1992) e a Marcha para Jesus

¹⁹⁷ O empreendimento em mídia é uma das marcas fortes da Igreja Renascer em Cristo, conforme já descrito no Capítulo 2 deste trabalho.

¹⁹⁸ Pode ser encontrada no Portal IGospel, a lista de templos da Igreja Renascer em Cristo no País, com os respectivos endereços. Em outubro de 2003, o número era de 274, assim distribuídos: 145 em São Paulo, 39 no Rio de Janeiro, 17 na Bahia, 16 em Pernambuco, 16 em Goiás, 15 em Santa Catarina, 12 em Minas Gerais, 6 no Distrito Federal, 2 no Rio Grande do Sul, 3 no Ceará, 1 nas capitais do Mato Grosso e de Alagoas. Cf. SUA igreja. *Portal IGospel*. Disponível em: <<http://www.igospel.com.br>>. Acesso em: 10 set. 2003.

(caminhada pública, animada por bandas e cantores *gospel*, com vistas a reunir evangélicos e simpatizantes nas principais cidades do país, realizada anualmente a partir de 1993).

A estratégia de expansão da Renascer, diferente daquelas clássicas proselitistas das igrejas evangélicas no Brasil, por meio da música, da mídia e dos empreendimentos financeiros, baseia-se no princípio de que

a mudança de perfil [do segmento evangélico] confrontada com os dados do último censo que aponta 35 milhões de evangélicos (que cresce 7% ao ano) no Brasil, determina o desaparecimento do clichê do evangélico conservador, isolado nas periferias das grandes cidades, avultando agora pessoas modernas, que vestem roupas da moda, freqüentam shoppings, divertem-se e consomem música.¹⁹⁹

O *gospel*, portanto, foi introduzido no campo evangélico por Estevan Hernandes e sua Igreja como um produto ancorado pela música e disseminado por meio de estratégias de marketing, habilmente elaboradas por esse líder religioso portador de formação e experiência nessa área. É possível elencar algumas estratégias determinantes:

- (1) Evangelismo – voltado para jovens, realizado às segundas-feiras à noite primeiramente num estacionamento, depois em dependências do que teria sido um cinema, que se tornou posteriormente a primeira sede da Renascer, tinha programação 100% musical, com a promoção de novas bandas criadas entre o próprio público que freqüentava o programa. Promoção da “Terça *Gospel*” na danceteria paulistana “Dama Xoc”.²⁰⁰ Aqui também se estabelece a dimensão do entretenimento relacionada à programação religiosa.
- (2) Investimento em mídia para disseminação da música e de produtos com a marca *gospel* – criação da Gospel Records e da Rádio Imprensa Gospel.
- (3) Realização dos megaeventos – a 12^a edição consecutiva do SOS Vida foi realizada durante três dias de novembro de 2003, no Estádio do Pacaembu, em São Paulo, com shows de bandas e cantores *gospel* nacionais e internacionais, com estrutura de mais de dois mil profissionais.²⁰¹ A Marcha para Jesus teve a 11^a edição consecutiva realizada em maio de 2003 e reuniu, de acordo com a imprensa, cerca de dois milhões de pessoas. Diversas cidades do Brasil, tanto no interior quanto nos grandes centros,

¹⁹⁹ RENASCER em Cristo – *Gospel Music. Igreja Renascer em Cristo de Taguatinga/DF*. Disponível em: <<http://orbita.starmedia.com/~renascertag/gospelrecords.htm>>. Acesso em: 1 out. 2003.

²⁰⁰ MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999. p. 217.

²⁰¹ Cf. PORTAL IGOSPEL Disponível em: <<http://www.igospel.com.br/site%20sos/sos.html>>. Acesso em: 10 set. 2003.

reuniram milhares de pessoas, dentre elas autoridades eclesiásticas e seculares. A descrição aqui exposta corrobora a idéia de que Igreja Renascer em Cristo é a grande responsável pela explosão *gospel* no Brasil, completando uma trajetória de popularização da música religiosa evangélica iniciada nos anos 50. É a segunda revolução musical no cenário religioso evangélico.

No entanto, os demais elementos descritos neste capítulo – a mídia, o mercado e o entretenimento – indicam que o *gospel* não se restringe a um movimento musical; ele tem, sim, na música um elemento forte, articulador, mas é muito mais do que isso. O que ocorreu nos anos 90 no Brasil foi uma explosão do *gospel* como um movimento cultural religioso, de um modo de ser evangélico, com efeitos na prática religiosa e no comportamento cotidiano. Passou-se a experimentar vivências religiosas combinadas em contextos socioculturais os mais variados, o que torna possível uma unanimidade evangélica não-planejada sem precedentes na história do protestantismo no Brasil. Essas vivências são expressas por meio da música, do consumo e do entretenimento, aspectos que serão estudados nos capítulos que se seguem.

CAPÍTULO 4

O PODER SAGRADO DA MÚSICA NA CULTURA *GOSPEL*

Um dos elementos que configura o *gospel* como fenômeno cultural é a música, conforme abordado no capítulo anterior. A música dá sentido a esse modo de vida religioso não como simples expressão litúrgica, mas como mediação do sagrado. Na cultura religiosa *gospel*, por meio da música pode-se chegar a Deus e até mesmo pode-se tornar como Deus.

Duas formas de expressão musical configuram o modo de vida *gospel*. À primeira vista podem parecer distintas e até antagônicas, no entanto, convergem nos aspectos que lhes dão sentido e identidade. São elas: a expressão musical dos artistas *gospel* e a dos ministérios de louvor e adoração. Analisar essas expressões na sua totalidade é difícil, senão impossível empreitada, em vista do extenso número de cantores e grupos musicais e de CDs produzidos para um mercado em plena ascensão.²⁰² Importa, mais do que isto, compreender o lugar da música na expressão cultural *gospel*.

²⁰² A revista *Show Gospel*, especializada no mercado fonográfico evangélico, publica, em cada uma de suas quatro edições anuais, uma listagem atualizada dos cantores, grupos musicais e instrumentistas da música *gospel* brasileira. Na edição de julho de 2003, a revista indicou nada menos que 1.483 nomes – um movimento numérico crescente: 1,3% a mais que a listagem da edição anterior (março de 2003), que por sua vez tinha 1,5% de nomes a mais que a lista apresentada na edição de dezembro de 2002. Estes números refletem-se na quantidade de gravadoras especializadas: 122, de acordo com o levantamento da mesma edição de 2003. Somente de março a junho daquele ano foram lançados 86 novos CDs *gospel*. A maior parte dessa produção é veiculada em, pelo menos, 120 rádios evangélicas, espalhadas por todas as regiões do Brasil, com transmissão em AM e FM (este trabalho destaca as rádios por serem o veículo mais privilegiado para disseminação da produção fonográfica). Não estão consideradas neste levantamento as rádios comunitárias e o número expressivo de rádios *gospel*-pirata. Vale mencionar que os programas de clipes *gospel* veiculados nacionalmente pelas TVs Record, Rede TV, em VHS, e RIT, Rede Mulher e Rede Gospel, em UHF, são também importantes veículos de

O lugar de destaque da música nas práticas religiosas é inquestionável. Foi na idade antiga que se construiu a crença de que apesar de o “caráter físico da música” se basear na mecânica e se explicar pela matemática, a origem dela estaria nos céus, “onde quer que reinem deuses, sejam eles um ou muitos”.²⁰³ A partir daí emergiu a concepção de que

a música libera, no mundo material, uma energia fundamental, superfísica, que vem de fora, do mundo da experiência cotidiana (...) capaz de manter a civilização em consonância com os céus (...) A música desempenhava um papel de mediação entre o céu e a terra – como um ‘canal de comunicação’ entre o homem e Deus, entre Deus e o homem.²⁰⁴

Muitos os estudos referentes à música na cultura religiosa cristã estão sendo realizados. Eles têm em comum, além do reconhecimento do papel significativo da música no culto, a constatação que a origem dos cânticos litúrgicos é muito antiga e de que não é possível precisar quando foram introduzidos na Igreja Cristã.²⁰⁵ Na pesquisa sobre as origens, o cântico litúrgico aparece como instrumento de louvor a Deus. Ao longo da história, diversos formatos foram experimentados tais como os salmos, os hinos clássicos e os cânticos populares (como os *carols*, da Inglaterra), estes transformados em hinos evangelísticos no Brasil, por exemplo, cujo objetivo era a conversão pela emoção. Por meio da música litúrgica, os cristãos buscaram comunicação com Deus, comunicação de Deus para com eles, comunicação entre eles e comunicação entre eles e os incrédulos.

Essa função social da música no cristianismo foi objeto de estudos de Hegel, que concluiu que ela “atua sobre” a sensibilidade da congregação reunida, não para liberar os espíritos para sentimentos, mas para produzir uma emoção coletiva uniforme. A música religiosa cristã visa à criação de um estado de espírito definido, para que os adeptos atuem em consonância com esse estado de espírito. Nesse caso, ela procura produzir sentimentos e não expressá-los. Aqui é possível afirmar que o “conteúdo” desse tipo de música está não apenas nela própria mas fora: é a síntese dos sons que se movem com os ouvintes/cantantes que se movem. Igual

popularização da produção musical *gospel*. Cf. ARTISTAS. *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 66-98; GRAVADORAS. Ibidem. p. 122-123.

²⁰³ TAME, David. *O poder oculto da música*. São Paulo: Cultrix, 1984, p. 24.

²⁰⁴ Id. ibid. p. 25.

²⁰⁵ Dentre as muitas obras e pesquisas sobre o tema, este trabalho destaca duas: MONTEIRO, Simeide Barros. *O Cântico da Vida*. São Bernardo do Campo/São Paulo: IEPG/ASTE, 1991; MACHADO, Rosileny dos Santos Candido. *A função terapêutica do canto congregacional*. São Paulo, 1991. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Instituto de Pós-Graduação em Ciências da Religião, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1991.

sentido pode ser encontrado na música composta para estimular a dança e as marchas militares. A natureza de cada uma delas é socialmente determinada.²⁰⁶

Para referendar essa noção, estudiosos relatam que, nos primórdios de sua criação, a música buscava evocar emoções coletivas, atuar como estímulo ao trabalho, ao gozo sexual e à guerra. Ela servia para colocar as pessoas em um estado diferente e não para simplesmente refletir os fenômenos do mundo exterior. Eram sons organizados para produzir efeitos sobre as pessoas, produzir emoções coletivas, “igualar emocionalmente as pessoas” por um certo período de tempo. “De todas as artes, a música é a que dispõe de maior capacidade de nublar a inteligência, de embriagar, de criar uma obediência cega e, naturalmente, de provocar ânsias de morrer.”²⁰⁷

A afirmação acima emerge de estudos no campo da sociologia e da psicologia que indicam que a música tem influência sobre indivíduos e seus corpos, no plano físico e das emoções, e no grupo social. Acordes, ritmos, tonalidades, intensidades têm efeito direto sobre células e órgãos e indireto sobre as emoções, que, por sua vez, influem em numerosos processos corporais.²⁰⁸ As pessoas se interessam em ouvir música, em primeiro lugar, porque ela as faz sentir alguma coisa. Este sentir está diretamente relacionado não só ao ouvir mas também ao compor e ao executar a obra musical. A natureza de uma música está vinculada ao estado mental e emocional do compositor e/ou do executante. “A essência deste estado nos penetra, tendendo a moldar e aperfeiçoar nossa consciência em harmonia consigo mesma”.²⁰⁹

No plano coletivo, dos grupos sociais, “ao codificar esta ou aquela visão do mundo, a música, até certo ponto, deve estar meramente reagindo à cultura dentro da qual já se encontra”.²¹⁰ De acordo com essa corrente de pensamento, deve-se, portanto, afirmar que a música é um fenômeno de natureza social. Apesar de ela resultar da organização de sons, reconhece-se que a própria organização desses sons corresponde à organização da sociedade no período histórico relacionado.²¹¹ Ernst Fischer, que estudou a música ao pesquisar a necessidade da arte, afirma isto: “A experiência de um compositor nunca é puramente musical, mas pessoal e

²⁰⁶ FISCHER, Ernst. *A necessidade da Arte*. 9. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. p. 214-215.

²⁰⁷ Id. *ibid.* p. 212-213.

²⁰⁸ TAME, David. *O poder oculto da música*. São Paulo: Cultrix, 1984. p. 146-152.

²⁰⁹ Id. *ibid.* p. 158, 164.

²¹⁰ Id. *ibid.* p. 174.

²¹¹ FISCHER, Ernst. *A necessidade da Arte*. 9. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. p. 215. Esta idéia é também trabalhada por SCHURMANN, Ernest F. *A música como linguagem*. Uma abordagem histórica. 2. ed. São Paulo: Brasiliense/CNPQ, 1990.

social, isto é, condicionada pelo período histórico em que ele vive e que o afeta de muitas maneiras”.²¹²

O fenômeno *gospel* é cultural e, portanto, sócio-histórico. Estuda-lo como constituidor de uma cultura e o lugar da música nessa cultura é compreender o contexto sócio-histórico e religioso no qual emerge. Este foi o desafio que se impôs à análise desenvolvida neste capítulo.

4.1 O poder dos artistas *gospel*: instrumentos de Deus

A categoria “cantores evangélicos” não é novidade no cenário religioso evangélico. No capítulo anterior já foi mencionado o nome de Luiz de Carvalho como um dos primeiros solistas brasileiros, pioneiro na gravação de discos que ganharam vários prêmios de vendagem nos anos 60. Seguiram os passos dele, Oséas de Paula e Shirley Carvalhaes, entre outros.

A novidade surgiu com a consolidação do movimento *gospel*, por meio do mercado, e a profissionalização do trabalho musical evangélico, facilitada pelo desenvolvimento das gravadoras e das rádios especializadas. Esses ingredientes combinados promoveram a criação de uma nova categoria para classificar os cantores e os grupos musicais dessa nova fase: os “artistas”. Esse é um componente novo no cenário evangélico dos anos 90, que até então se referia aos músicos e intérpretes como “cantores”, “conjuntos” e “grupos musicais”, não “artistas”.

Esta nova categoria é reflexo do movimento crescente do mercado evangélico: os artistas *gospel*, como qualquer outro, possuem uma carreira, gravam discos, apresentam espetáculos, cobram cachê, recebem prêmios, possuem fãs-clubes e ditam moda. No entanto, para eles e seu público, um aspecto distingue o mercado religioso do secular: esses artistas e suas músicas são mediadores do sagrado, ou, na linguagem popularizada no cenário evangélico, são “instrumentos de Deus”.

A cantora *gospel* recordista em vendagem de discos, Cassiane, é um desses “instrumentos de Deus”. Ela é a grande estrela da maior gravadora *gospel* do país, a MK Publicitá, com mais de três milhões de discos comercializados.²¹³ O CD “Com muito louvor” lançado em 1999, vendeu 750 mil cópias. O CD “A Cura”, lançado em 2003, logo também alcançou sucesso. Com esse status, Cassiane ganhou até o papel de apresentadora do programa Conexão Gospel,

²¹² FISCHER, Ernst. *A necessidade da Arte*. 9. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987. p. 206-207.

²¹³ A FORÇA do Senhor. *Veja On Line*, São Paulo, 3 jul. 2002. Disponível em: <http://www.veja.com.br/030702/p_088.html>. Acesso em: 29 nov. 2003.

veiculado pela Rede TV aos domingos em horário comprado pela MK, que até 2002 era apresentado apenas pela diretora artística da gravadora e filha do proprietário da empresa, Marina de Oliveira.

O que explica o sucesso de uma pentecostal (Assembléia de Deus) de 30 anos, originária de uma família empobrecida da Baixada Fluminense (RJ), que se apresenta visualmente e se comporta de acordo com essas raízes? Cassiane o atribui a Deus: “Se eu falasse que não queria sucesso, estaria sendo hipócrita. Quero que o trabalho que Deus me deu para executar cause reconhecimento”. Ela avalia que o êxito também ocorre pelo fato de não se “fechar em um só ritmo”: “Canto forró, pop, flamenco, romântico e música estilo adoração”.²¹⁴

Aline Barros é outro “instrumento de Deus”, em versão *pop*, que possui a própria gravadora e já vendeu mais de um milhão de CDs. Jovem, na faixa dos 20 anos, com atributos físicos que respondem às demandas do mercado, alcançou o sucesso quando, aos 16 anos, gravou uma faixa-solo em um dos CDs independentes da “Comunidade”, “Consagração”. Essa música ficou nove meses em primeiro lugar na “parada *gospel*” das rádios evangélicas e ganhou clipe veiculado em programas *gospel* de TV.

O sucesso a levou a um CD solo, “Sem Limites”, gravado em 1995 em produção independente, que alcançou a marca de mais de 500 mil cópias vendidas. A “consagração” de Aline Barros permitiu que a família criasse nesse mesmo ano um selo próprio, a AB Records, que reeditou trabalhos anteriores da cantora e lançou outros artistas. Em 1998, foi produzido o primeiro CD da cantora pela AB Records com músicas inéditas, “Voz do Coração”, que trazia a faixa “Fico Feliz” – um sucesso que explodiu nas rádios e nos cultos das igrejas.²¹⁵

O sucesso de público e vendas de Aline Barros chamou a atenção da mídia secular, na qual a partir de 1999, ganhou projeção com matérias publicadas em jornais e revistas religiosos e seculares. Na TV, a cantora apresentou-se nos programas Xuxa Park, Raul Gil, Eliana, Carla Perez, Super Pop (Luciana Gimenez) e Hebe Camargo, entre outros. Foi a única artista do segmento *gospel* a participar do evento beneficente “Criança Esperança”, da TV Globo, e também a primeira a convidar músicos de gravações profissionais para tocar, arranjar e produzir seus álbuns, como Ricardo Feghali e Cleberson Hosth, integrantes do grupo Roupá

²¹⁴ ROCHA, Marcelo. Exaltação da Fé. *Revista do Nopem*, Rio de Janeiro, n. 15, mar. 2000. p. 18.

²¹⁵ DISCOGRAFIA de Aline Barros. *AB Records*, Disponível em: <www.abrecords.com.br/ali_ne.html>. Acesso em: 1 out. 2002; ALINE Barros. A musa da música *gospel*. *Revista do Nopem*, Rio de Janeiro, n. 12, nov. 1999, p. 13-14.

Nova. Por isso Aline Barros ficou conhecida no cenário evangélico como “a primeira artista *gospel* a abrir portas nos principais veículos de comunicação do país.”²¹⁶

A cantora já ultrapassou as fronteiras do Brasil e tornou-se a primeira cantora brasileira de música *gospel* a produzir um CD voltado para o mercado internacional, com o disco “Mas de Ti” gravado ao vivo em espanhol, em 2000, pelo selo *gospel* estadunidense Integrity Music, cujo sucesso já rendeu uma segunda gravação ao vivo em 2003, “El Poder de Tu Amor”. Este último foi lançado no mercado latino e em junho de 2003 já ocupava o sexto na lista dos CDs de louvor e adoração mais vendidos nos Estados Unidos.²¹⁷ A carreira internacional levou Aline Barros a se apresentar, além de Miami, na Venezuela, na Espanha, em Londres e na Coreia.

Além do gênero pop que a consagrou²¹⁸, a cantora investiu no público infantil e lançou os CDs “Bom é ser Criança”, em 1999, e “Bom é ser Criança, vol. II”, em 2002, com sucesso de vendas. Outro trabalho que ampliou o alcance de público de Aline Barros foram os CDs “Canções de Natal” (1999) e “Mensagem de Paz” (2001, com cinco mensagens narradas pelo apresentador de TV Cid Moreira, uma canção inédita por ela mesma e outros seis sucessos com trechos enfatizados pelo apresentador). Em 2003, foi lançado pela AB Records o seu décimo sexto CD, “Fruto de Amor”. Ao avaliar a fama, a cantora afirma: “Eu não escolhi cantar, foi Deus quem me escolheu”.²¹⁹

Um artista *gospel* bem sucedido em vendagem de discos e público é Kleber Lucas. Cantor que compõe as próprias músicas que canta, um negro de 35 anos, de origem empobrecida da periferia de Niterói/RJ, Kleber Lucas vinculou-se ao protestantismo aos 17 anos por meio da Igreja da Nova Vida, onde aprendeu a cantar e a tocar instrumentos musicais. Um ano depois se transferiu para a Comunidade Evangélica de Goiânia, onde estudou violão, guitarra e teologia, e se formou pastor daquela igreja, alguns anos depois. Em Goiânia participou dos cinco primeiros discos da Comunidade Evangélica, hoje “Ministério Koinonia de Louvor”, na qual cantava, compunha e atuava como “ministro de louvor”. Em 1994, lançou sua carreira-

²¹⁶ Cf. ALINE Barros é destaque da música *gospel* no Brasil. *Linha Aberta com Jesus On Line*, Deerfield Beach, abr. 2002. Disponível em: <<http://www.linhaaberta.com/arquivo/2002/ed45/aline.html>>. Acesso em: 1 out. 2002; ALINE Barros. A musa da música *gospel*. Ibidem. p. 13. Ser casada com o jogador de futebol Gilmar rendeu a Aline Barros novas exposições na mídia, em especial em 2002, quando estava grávida do filho nascido em janeiro de 2003.

²¹⁷ DISCOGRAFIA de Aline Barros. Op.cit.; LOUVOR e adoração como prioridade. *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 10.

²¹⁸ Em dezembro de 2002 Aline Barros gravou ao vivo um CD, acompanhado de vídeo, no evento “Jesus Vida Verão”, realizado anualmente, na Praia da Costa em Vila Velha/ES, e contou com um público estimado em 20 mil pessoas. O CD é uma seleção das canções consideradas as melhores de Aline Barros.

²¹⁹ MINISTÉRIO. *Aline Barros*. Disponível em: <<http://www.alinebarros.com.br>>. Acesso em: 1 out. 2002.

solo e, em 1997 foi contratado pela gravadora MK Publicitá. Retornou ao Rio de Janeiro e aderiu à Igreja Sara a Nossa Terra, uma dissidência da Comunidade Evangélica de Goiânia.²²⁰

O primeiro CD de Kleber Lucas, “Meu Maior Prazer” (1999), vendeu mais de 100 mil cópias, o que lhe rendeu o prêmio de “cantor-revelação da música *gospel*”. Depois disto lançou mais dois CDs (2000 e 2001), e recebeu o Disco de Platina pela vendagem do último “Aos Pés da Cruz”. Suas músicas foram facilmente disseminadas pelas igrejas e entoadas como parte das liturgias. Cantou em Portugal, na Espanha e na Itália, e tem viagens ao exterior agendadas a cada três meses.²²¹ Sobre o sucesso e a fama, Kleber Lucas avalia: “Tenho visto Deus confirmando o meu chamado. (...) Eu acredito que Deus me levantou para um propósito específico”.²²²

Dentre os grupos musicais, o que alcança o maior desempenho em vendas e público é o Oficina G3, formado na Igreja Cristo Salva, na cidade de São Paulo, em 1985, com o gênero *gospel rock*.²²³ No início, no caminho do que foi experimentado pelos demais grupos de rock evangélico, houve reação negativa da parte das igrejas já que o estilo era idêntico ao dos grupos de rock “profanos”. O apoio recebido por Estevan Ernandes, que convidou o grupo para os shows de *gospel rock* que a Igreja Renascer em Cristo organizava nas noites de segunda-feira no início dos anos 90, contribuiu para a aceitação dele entre a juventude de variadas igrejas. Esse fato, aliado à composição de músicas de letras simples que podem ser introduzidas em liturgias e programações musicais das igrejas, promoveu a consolidação do grupo que lançou cinco discos independentes.

A banda revelou o nível do sucesso em 1999, quando gravou “Oficina G3 Acústico Ao Vivo”, em show na casa de espetáculos paulistana Olympia, com megaprodução e público de cerca de quatro mil pessoas na platéia. No ano seguinte o Oficina G3 foi contratado pela gravadora MK Publicitá e lançou o CD “O Tempo”, que permaneceu na lista dos mais vendidos do mercado fonográfico *gospel* até o final de 2002, quando foi produzido o novo trabalho “Humanos”, que alcançou sucesso nas primeiras semanas.

²²⁰ KLEBER LUCAS. In: INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIM. *Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira*. Disponível em: <<http://www.dicionariocravoalbin.com.br>>. Acesso em: 5 out. 2003.

²²¹ ESTÁ valendo a pena. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 24, jul. 2003, p. 66-67.

²²² KLEBER Lucas: Um referencial na música Cristã. *Editora Naos*, Entrevista. Disponível em: <<http://www.editoranaos.com.br/assuntos>>. Acesso em: 13 out. 2003.

²²³ O nome do grupo originou-se da junção de dois termos utilizados pela Igreja Cristo Salva: “G3” era o nome dado aos músicos que ficavam de reserva nos cultos; o nome “oficina” era utilizado para referir-se ao “concerto” que Deus fazia na vida dos jovens dependentes químicos, que tornavam-se adeptos. Cf. OFICINA G3. In: INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIM. *Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira*. Disponível em: <<http://www.dicionariocravoalbin.com.br>>. Acesso em: 5 out. 2003.

Nos espetáculos do grupo, geralmente realizados em clubes e em casas especializadas, os integrantes falam de Deus e fazem orações. Há um fã-clubes da banda com cerca de quatro mil filiados e os músicos recebem centenas de correios eletrônicos por mês.²²⁴ Esse sucesso rendeu ao Oficina G3 centenas de espetáculos pelo Brasil e uma carreira internacional com apresentações na Argentina, no Uruguai, no Paraguai e nos Estados Unidos. Além disso, a banda tem conquistado espaço na mídia secular.

Uma das maiores exposições para o público secular foi a apresentação no Rock in Rio III, realizado em 2001. Incluído na programação da Tenda Brasil no dia 12 de janeiro, primeiro dia do festival de rock de dimensões internacionais, o Oficina G3 apresentou cinco canções do CD “O Tempo” e apareceu com destaque na cobertura de todas as TVs como a banda que abriu o Rock in Rio III. A mídia secular abriu outras portas para o grupo. O clipe da música “O Tempo” foi veiculado pela MTV, no programa Disk MTV, em 2002, e em outubro do ano seguinte o guitarrista Juninho Afram foi capa da revista especializada *Guitar Class*, juntamente com o guitarrista Kiko Loureiro, da Banda Angra.²²⁵ Sobre esse processo, os integrantes da banda afirmam:

Esperamos que as barreiras tanto no meio evangélico, como no secular, continuem caindo. (...) Quero esclarecer que a Oficina G3 não é influenciado por ninguém, nem no meio *gospel*, pois posso afirmar que as músicas do G3 são frutos dados pelo Espírito Santo. (...) Jamais se esqueçam que Ele é o autor da obra, e somos apenas instrumentos.²²⁶

4.1.1 Do mundo antes, de Deus agora, mas sempre artistas

Além dos artistas nascidos do movimento *gospel*, o mercado da música evangélica tem também atraído aqueles oriundos do mercado fonográfico secular. Um dos primeiros a seguir a trilha, por exemplo, foi o cantor Nelson Ned, seguido de outros famosos como Mara Maravilha, Baby Consuelo e Wanderley Cardoso, uma das mais recentes aquisições do

²²⁴ Cf. OFICINA G3. In: INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN. *Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira*. Disponível em: <<http://www.dicionariocravoalbin.com.br>>. Acesso em: 5 out. 2003.

²²⁵ A reportagem destacou os guitarristas como “dois grandes ícones da guitarra brasileira, que alimentam o sonho de conhecedores e leigos em todo o Brasil”. Numa disputa de guitarras promovida pela revista, as músicas “Necessário” e “Ingratidão”, do álbum “O Tempo” foram tocadas. A performance de Juninho foi bem avaliada e o guitarrista se disse feliz com o reconhecimento pela mídia secular, o que é, para ele, bênção de Deus. Cf. Guitarra com fé. *Guitar Player*, 60, out. 2003. Edição *On Line*. GUITARRA com fé. *Guitar Player On Line*, São Paulo, out. 2003. Disponível em: <<http://www.guitarplayer.com.br/materia/60/juninho.htm>>. Acesso em: 17 out. 2003; ENTREVISTA. *Guitar Player On Line*, São Paulo, out. 2003. Disponível em: <<http://www.guitarplayer.com.br/materia/60/juninho2.htm>>. Acesso em: 17. out. 2003.

²²⁶ OFICINA G3. *Cifra Club*, Belo Horizonte, Entrevista, 15 fev. 2002. Disponível em: <<http://cifraclub.terra.com.br/colunas/oucaessa/index.php?id=29>>. Acesso em: 27 ago. 2003.

mercado. Além deles, outros de menor projeção como Carmem Silva, Tony Domito, Rafael Ilha (Ex-Grupo Polegar), Nill, Vaguinho (ex-pagodeiro), Salgadinho (ex-pagodeiro) e Rodolfo (ex-Banda Raimundos, de *hard-rock*) converteram-se à fé evangélica. Alguns gravaram CDs de música religiosa, outros realizam programações *gospel* pelo País.

Várias reportagens e artigos têm sido publicados, em revistas religiosas e seculares, sobre o tema que já é considerado um fenômeno.²²⁷ A conversão de famosos (cantores, atores, modelos, personagens da mídia) à fé evangélica vem sendo analisada e debatida também em fóruns de páginas eletrônicas na internet vinculados a igrejas e grupos evangélicos e em programas de debates em rádios evangélicas. O público evangélico parece assistir a essas adesões com certa desconfiança. Está sob avaliação justamente o fato de serem artistas que entraram em uma trajetória de declínio no mercado da música ou tiveram problemas com a exposição na mídia, aqueles que procuram os grupos evangélicos em ascensão. O histórico alimenta a dúvida.

Lançado em 1960, Nelson Ned teve carreira de sucesso ancorada na boa voz. Nos anos 80 chegou ao auge da popularidade e consolidou carreira internacional com shows no México, Estados Unidos e diversos países da Europa e da África. Foi o primeiro cantor latino-americano a vender um milhão de discos nos Estados Unidos; gravou o último CD “profano” em 1992. Problemas com dependência química o levaram a uma fase de decadência e à conversão à fé evangélica, que aconteceu em 1993. A partir daí passou a gravar CDs *gospel* (sete até 2003. Além de sucesso no Brasil, Nelson Ned apresenta-se no exterior, principalmente em igrejas. Uma das gravações de maior projeção foi a do “clássico” corinho “Segura na mão de Deus”.

Mara Maravilha inseriu-se no mercado por intermédio do empresário Sílvio Santos nos anos 80 como cantora e apresentadora de programas infantis. A ampla exposição na mídia a levou ao sucesso no Brasil e em países da América Latina. No auge da carreira enfrentou problemas: saúde, finanças, depressão. Ficou afastada da TV e não realizava mais espetáculos, quando conheceu a Igreja Universal do Reino de Deus e passou por um processo de conversão religiosa, em 1995. A partir de então retomou a carreira de cantora, pela Line

²²⁷ Ver, por exemplo, FAMOSOS e convertidos. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 23, jun. 2003; CARREIRAS salvas pela força da fé. *Época On Line*, 2 dez. 2002. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT446131-1661,00.html>>. Acesso em: 13 out. 2003; SUCESSO abençoado pela fé. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 29 dez. 2003, Caderno C, SP Variedades, p. 1.

Records, e de apresentadora na Rede Record, criou a própria gravadora, a Maravilha Records, e a *griffe* de roupas infantis Marinha Maravilha.

Foram 13 CDs lançados até 2003, em oito anos de carreira *gospel*: três dirigidos ao público infantil e dez para adultos (sete pela Maravilha Records e três pela Line Records – o primeiro deles, “Obrigado, Jesus”, premiado com o Disco de Platina e o segundo, “Deus de Maravilhas”, como o melhor CD *gospel* do ano de 2002). Com a agenda cheia e apresentações pelo Brasil e exterior, Mara Maravilha também lançou em 2002 o livro “As maravilhas que Deus tem feito por mim”, pela Editora Universal. “Sempre batalhei pelos meus sonhos. Agora, dou tudo de mim para que os sonhos de Deus para a minha vida sejam realizados. É para o Senhor que dedico o meu trabalho”, afirma a cantora.²²⁸

Uma das mais controvertidas conversões à fé evangélica é a de Baby do Brasil (ex-Baby Consuelo). Com a carreira em declínio – em 1997 não conseguiu vender mais do que 20 mil cópias do seu CD – aderiu à Igreja Sara a Nossa Terra, em 1999. Um ano depois fundou a própria igreja, o Ministério do Espírito Santo de Deus em Nome do Senhor Jesus Cristo, que se reúne na cidade de São Paulo e do qual é pastora. Baby Consuelo lançou o primeiro CD *gospel* em 2000, “Exclusivo de Deus”, pela Nancel Produções, e já possui uma própria empresa *gospel*, a Baby do Brasil Produções. A polêmica gira em torno do estilo exótico/psicodélico que marcou a trajetória da cantora, o qual ela se recusa a abandonar na nova fase. Sobre sua conversão narra: “Vi Jesus na minha frente, feliz, rindo para mim. Ele era lindo, forte, maravilhoso, um gato!”.

Baby do Brasil se apresenta como “popstora” e busca adeptos entre punks, skatistas e gays: “Cada um segue o seu chamado. Meu ministério é trazer aquelas pessoas que não se adaptam a nenhum sistema religioso”. Os relatos sobre os cultos descrevem a pastora vestida e penteada de forma exótica, empunhando guitarra e pregando como se estivesse cantando, com as frases ritmadas, interrompidas por solos de guitarra e baixo. Ela refere-se à Bíblia como “Manual do Fabricante” e afirma que “no céu não tem lugar para bunda-mole, só casca-grossa”.²²⁹

²²⁸ DE volta à TV. *Show Gospel*, São Paulo, n. 9, set. 2002, p. 14; MARA Maravilha: ‘Deus tem sido maravilhoso nesta vida’. *Revista Gospel*, São Paulo, n. 3, p. 4.4; MARA Maravilha em Festa! *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 52; MARAVILHA de tudo. *Época Gospel*, Rio de Janeiro, n. 24, jul. 2003, p. 65.

²²⁹ Cf. CARREIRAS salvas pela força da fé. *Época On Line*, 2 dez. 2002. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT446131-1661,00.html>>. Acesso em: 13 out. 2003; DEUS me fez casca-grossa. *Eclésia*, São Paulo, n. 58, set. 2000. p. 12-18.

Wanderley Cardoso é uma das mais novas aquisição da fonografia *gospel*. Ídolo na Jovem Guarda, com mais de um milhão de cópias vendidas do disco com a música “O Bom Rapaz”, com o passar dos anos não conseguia nem mesmo fazer apresentações em clubes de periferia. O último CD lançado nessa fase, em 2000, vendeu cinco mil cópias. A situação levou o cantor à depressão, à dependência química e à tentativa de suicídio. Em 2001, chegou, por intermédio de um amigo, à Igreja Sara a Nossa Terra, onde foi recebido como ídolo, o que ajudou a levantar sua auto-estima e estimular sua adesão à fé evangélica.

Os convites para falar em grupos e reuniões evangélicas sobre sua conversão e participações em programas de TV foram apenas o início da volta do cantor à cena. Em 2002, a Top Gospel o convidou para lançar um disco com músicas *gospel*; o resultado foi o CD “Agora Sou Feliz”, que já vendeu mais de 200 mil cópias e lhe rendeu o prêmio de “Revelação Masculina” no Troféu Talento 2003. Além desse trabalho, Wanderley Cardoso foi convidado a participar de diversos programas de entrevistas na TV e também de uma novela da Rede SBT, “Jamais te esquecerei”, interpretando o personagem Adamastor, um cantor fracassado e ex-alcoólatra. Atualmente, a sua agenda de apresentações de Wanderley Cardoso está cheia com apresentações no Brasil e no exterior.

Outra recente adesão à fé evangélica é a do grupo vocal Fat Family. Os irmãos da família Cipriano reconhecem que passavam por momento difícil na carreira, quando a caçula converteu-se no final de 2002. Essa conversão iniciou um processo que se tornou coletivo: os demais, incluindo esposas e filhos, tornaram-se membros da Comunidade do Evangelho Pleno, de São Paulo – apenas o irmão mais velho optou pela Assembléia de Deus. Os integrantes do grupo dizem-se hoje “mais fortalecidos e cheios de fé” e à espera de “novas possibilidades”, dentre elas a gravação de um CD de músicas *gospel*. Um dos irmãos afirma: “Nosso empresário, produtor e divulgador agora é Jesus”.²³⁰

Há ainda os artistas que fazem sucesso no mercado por terem no “currículo” elementos que lhes tornam celebridades. Assíria Nascimento, esposa do ex-jogador de futebol Pelé, é um desses casos. Ela já era freqüentadora da Igreja Batista da Liberdade, quando lançou o primeiro CD de músicas *gospel* pela Warner, em 2000. Seu currículo abriu portas para que se apresentasse não só em programas de TV *gospel* mas também em seculares de grande audiência, como “Hebe Carmargo”, “Domingo Legal” e “Domingão do Faustão”, boa parte das vezes acompanhada pelo marido.

²³⁰ GRANDES em talento, tamanho e fé. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 19, fev. 2003, p. 60.

O sucesso de Assíria Nascimento rendeu-lhe um contrato com a maior gravadora *gospel* do Brasil, a MK Publicitá, e dois discos gravados (um em 2001, outro em 2002). O quarto trabalho marca outro momento a cantora: ele foi totalmente capitaneado pelo célebre marido e saiu por uma das maiores gravadoras brasileiras, a Som Livre. A gravadora fez contato direto com Pelé e propôs o contrato que representaria a primeira produção da Som Livre no gênero *gospel* brasileiro. A produção e a gravação do CD “Novo Tempo” foram conduzidas pelo grupo Roupa Nova e incluem uma faixa com participação especial de Pelé. Assíria Nascimento, em vista de todo o sucesso, afirma: “Cantar é um ministério na minha vida mas o meu principal ministério é a minha casa”.²³¹

Outro exemplo de celebridade que se tornou artista *gospel* bem-sucedido é o político evangélico Magno Malta. Pastor batista e deputado federal pelo PTB/ES em 1998, tornou-se conhecido por ter liderado a Comissão Parlamentar de Inquérito sobre o narcotráfico em 1999, que obteve ampla cobertura da mídia. No encerramento dos trabalhos, o deputado publicou dois livros: *Deus tem um trato comigo*, biografia romanceada que conta sua trajetória até a CPI do Narcotráfico, e *E agora, Doutor?*, relato da experiência milagrosa que o autor teve quando descobriu que tinha um tumor na medula. Em 2002 candidatou-se a senador pelo PL/ES e foi eleito com mais de 800 mil votos.

Antes desse conhecimento maior, Magno Malta já era vocalista do grupo de pagode *gospel* “Tempero do Mundo”, fundado em 1994, acompanhado pelas duas filhas e por Jorginho Cavaco, músico e percussionista. Em 1998, a banda lançou o primeiro CD, pelo selo próprio MKM, “Tempero do mundo”, depois de algum tempo de resistência entre os evangélicos, quando ainda não havia muitos grupos *gospel*, com esse ritmo musical.

Com a fama do deputado líder da CPI, o grupo tornou-se mais conhecido após aparecer em programas de televisão como “Jô Soares”, “Sem Censura”, “Note & Anote”, “Programa do Ratinho” e “Festa do Malandro”. A partir daí, recebeu várias solicitações de shows e apresentações por todo o Brasil. Em 2001, lançou o disco “Pra Deus”, com a música “Comédia”, muito executada nas emissoras evangélicas de todo o País.²³² Em 2003, Magno Malta assinou contrato com a Central Gospel, do pastor da Assembléia de Deus Silas Malafaia, e consolidou sua carreira-solo.

²³¹ UM novo tempo. *Show Gospel*, São Paulo, n. 13, out. 2003, p. 32.

²³² Cf. BANDA TEMPERO DO MUNDO. In: INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIM. *Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira*. Disponível em: <<http://www.dicionariocravoalbin.com.br>>. Último acesso: 2 fev. 2004.

Sobre esse movimento crescente de adesões de artistas e famosos do mercado secular à fé evangélica, há apoios e condenações. No campo secular, as reportagens sobre o tema revelam o tom de crítica, como o título da matéria publicada na revista *Época*, “Carreiras salvas pela fé”. O autor do livro *Eu Não Sou Cachorro*, Não, Paulo Araújo, que estudou a perseguição à música brega nos tempos da ditadura, opinou, nessa matéria, que a religião só é procurada pelos que estão no limbo. “Vou acreditar quando um artista de ponta, no auge do sucesso, aparecer dizendo que virou evangélico. Nesses casos, a religião serve para abrir um nicho de mercado”, declarou Araújo.²³³

Dentre os evangélicos, alguns acreditam na sinceridade dos novos adeptos e acham que a fama serve de projeção para a fé evangélica. Outros condenam o que avaliam ser “utilização” dos evangélicos, que são público fiel e apóiam os que são “irmãos” para fracassados saírem do ostracismo. Os altos cachês cobrados para as apresentações são um dos maiores exemplos que fundamentam a suspeita. Os depoimentos a seguir, publicados logo após a publicação da matéria da revista *Época*, em uma das páginas eletrônicas mais visitadas por evangélicos na internet, revelam como os evangélicos ficam divididos em relação às conversões de ex-famosos:

Glória a Deus que pessoas deste meio têm-se achegado aos pés da Cruz. Acho, sim, que eles devem continuar aparecendo, agora como homem e mulher totalmente renovados pelo poder do Espírito Santo e dar bom testemunho, pois outras pessoas precisam ouvir a palavra de Deus. *Madalena Anário da Silva*

Eu acho que alguns querem aparecer. Porque hoje, para alguns, ser crente é moda e não é assim. Acho que até agora a única artista que se converteu de verdade foi Mara Maravilha. Ela é um exemplo. *João Eduardo Lima Porto*

Eu acho que um artista que se converte ao evangelho deve usar a sua influência nos meios de comunicação a serviço do Senhor. *Thais de Lima Sá dos Santos*

Acho que antes e após sua conversão, o artista deve ser acompanhado pelo Pastor de sua igreja, pois ainda precisam de muita mudança no caráter, pessoas que recebem aplausos e dão autógrafos. *Laércio Araújo*

Acho o Nelson Ned espetacular. Ele tem dado testemunho de que realmente Cristo mudou seu viver! A Mara Maravilha também, não deixou de aparecer na mídia e sempre que pode, fala da “paixão” que tem por Deus. *Renato Franco*

²³³ CARREIRAS salvas pela força da fé. *Época On Line*, 2 dez. 2002. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT446131-1661,00.html>>. Acesso em: 13 out. 2003.

O artista tem que saber que ele serve um Deus de verdade, que esse Deus tudo vê em nossas vidas e nos corações. Se estes artistas têm somente esta profissão eles não podem deixar de trabalhar, mas que mantenham o seu comportamento em Cristo Jesus. *Maria Aparecida da Silva Franco*²³⁴

4.1.2 Ritmos para todos os gostos

Peter Burke, no estudo já citado neste trabalho, descreve a estratégia dos reformadores da cultura popular européia da fase inicial da Reforma Protestante que, em busca de êxito, passaram a oferecer aos fiéis algo para substituir as festas, as canções, as imagens tradicionais que buscavam abolir. Eles tentaram criar uma nova cultura popular. Um exemplo foi a popularização da Bíblia: Lutero foi o primeiro a traduzi-la e publicá-la em uma língua vulgar – o alemão (1534). Peter Burke indica que as publicações da Bíblia em várias línguas, num curto espaço de tempo, significou um grande acontecimento cultural e influenciou largamente a linguagem e a literatura dos países que a disseminavam.²³⁵ Burke cita outro de exemplo de Lutero, que foi a organização de uma coletânea de hinos “para dar aos jovens... algo que os afaste das badalas de amor e versos carnavais, e ensine-lhes algo de valor em lugar destes”.²³⁶ Lutero escreveu 37 hinos, o que foi seguido por outros pastores na Alemanha. Ao compor, eles empregavam o método do que Lutero denominou contrafação, que tinha o sentido de transposição ou substituição, como nos casos em que as melodias dos hinos eram canções populares adaptadas.

Esta estratégia, baseada no dualismo sagrado vs. profano; igreja vs. mundo, é mais profundamente trabalhada na teologia dos movimentos pietista e fundamentalista, a partir do século XVII. O dualismo, herança do catolicismo da Idade Média, tornou-se então mais expressivo, com a pregação de que a reforma interior ou moral dependia desta separação/isolamento: "crentes" não se misturam.

Isso pode ser identificado no século XIX no Brasil, com a prática dos missionários brasileiros ao organizarem sua coletânea de hinos. O primeiro hinário protestante brasileiro foi organizado pelo casal congregacional Robert e Sarah Kalley, o *Salmos e Hinos*, ainda utilizado por muitas denominações tradicionais. O trabalho foi uma adaptação para o português da hinologia alemã, anteriormente traduzida e adaptada para o inglês.²³⁷ A hinologia herdada dos norte-americanos seguia a estratégia semelhante à da contrafação, utilizando a melodia de canções populares, como a do cantado hino “Glória, glória, aleluia,

²³⁴ FÓRUM. *Igreja Batista da Lagoinha*. Disponível em: <<http://www.lagoinha.com.br>>. Acesso em: 13 out. 2003.

vencendo vem Jesus”, e até mesmo de hinos nacionais, como “Oração pela Pátria”, por exemplo, que tem com a melodia do hino nacional britânico.

Os missionários que aportaram no Brasil, com sua prática sectária que rompeu com as diferentes expressões culturais do País, foram capazes de traduzir e adaptar os hinos no formato original e ignoraram mesmo a estratégia luterana de utilizar melodias populares, no caso brasileiras. A postura pode ser percebida na história do protestantismo brasileiro até os anos 50 e 60, quando as tentativas de renovação das igrejas e de aproximação das manifestações populares propiciaram a criação de cancioneiros protestantes alternativos aos hinários, com melodias e ritmos da tradição mais popular, como o samba, as marchas, o forró, o xaxado, e letras que buscavam uma abordagem menos abstrata e mais próxima do cotidiano e das lutas populares.²³⁸

Com os anos 70, a chamada “Idade das Trevas” vivida pelas igrejas, esses ritmos foram sepultados e os cancioneiros arquivados; o rock e as baladas românticas trazidas pelos grupos norte-americanos, em especial visando ao alcance dos jovens, ocuparam o espaço da música alternativa aos tradicionais hinários. Como já descrito, surgiram, com força, os conjuntos jovens, estimulados pelo modelo norte-americano, nas congregações locais, e expressões mais destacadas no plano regional e nacional. Com eles elaborou-se uma primeira discografia que escapava aos padrões tradicionais protestantes no tocante à produção e ao ritmo (a ênfase era no rock e nas baladas românticas) mas mantinha o conteúdo teológico pietista e fundamentalista. A circulação era restrita ao público jovem protestante, patrocinada pelas poucas gravadoras especializadas.

A estreita abertura observada nos anos 80 permitiu que fossem retomadas as canções que tentavam se aproximar da tradição popular e surgiram novos cancioneiros, festivais de música, alguns grupos musicais ecumênicos, projetos experimentais de música protestante popular.²³⁹ No entanto, essas experiências não foram eficazes o suficiente para ocupar espaço nas igrejas, em especial na liturgia (os cultos protestantes são um espaço privilegiado de disseminação de canções não inseridas nos hinários tradicionais), e mantiveram-se como

²³⁵ BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna*. 2. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1999. p. 246.

²³⁶ Id. *ibid.*

²³⁷ HAHN, Carl Joseph. *História do Culto Protestante no Brasil*. São Paulo: ASTE, 1989. p. 149-153.

²³⁸ O hinário *Nova Canção* é um exemplo. Foi produzido nos anos 60 por grupos ecumênicos, conforme já mencionado no Capítulo 3 deste trabalho.

²³⁹ Foi nesse período que surgiram o cancionário *A canção do Senhor na Terra Brasileira* (1982), o festival da Universidade Metodista de Piracicaba (1983), o grupo ecumênico Gente de Casa (que buscou introduzir também ritmos de outros países latino-americanos) e projetos como o Promusa (Projeto de Música Sacra), da Igreja Metodista no Rio de Janeiro, conforme descrito no Capítulo 3 deste trabalho.

expressões alternativas minoritárias, cantadas e apresentadas em reuniões ecumênicas ou de grupos alternativos no interior das igrejas.

Vale lembrar que o movimento pentecostal trilhou um caminho inverso: a música tornou-se um veículo privilegiado de comunicação com o popular. Fenômeno urbano, cuja força se manifestou a partir dos anos 50 ao aproximar-se dos migrantes do campo, o pentecostalismo abriu espaço para o instrumental popular (violão, pandeiro, bateria, triângulo, sanfona, acordeão), o que possibilitou uma identificação forte dos setores mais populares das cidades com a proposta religiosa. Esse ramo do protestantismo também buscou espaço midiático via discografia, neste caso, semelhante aos grupos dos históricos de missão, com distribuição restrita a esse segmento e a simpatizantes dos outros setores protestantes.

Historicamente, os ritmos consagrados no repertório musical evangélico são aqueles mais tradicionais e bem aceitos entre os adeptos: as baladas românticas, o rock, o pop e o sertanejo, este mais desenvolvido entre os pentecostais. O movimento *gospel* assimilou a tendência e os apresenta na lista das músicas mais tocadas e mais vendidas. No entanto, o movimento abriu espaço para outros ritmos – até então rejeitados pelos evangélicos – também populares mas associados pelos religiosos a grupos marginalizados, como o *rap*, o *funk*, o *hip-hop*, o forró, o *reggae*; e ao Carnaval e à malandragem, como o samba, o padoge, o *axé-music*. As igrejas, nos anos 90, assistiram ao surgimento de um número extenso de grupos musicais de todos esses ritmos que não encontravam espaço no cenário musical evangélico para apreciação e muito menos para uso litúrgico. Os pioneiros foram as bandas de rap Rara e Kadoshi, de São Paulo, e o grupo de funk Yehoshua, no Rio de Janeiro. Este último diferencia-se das demais por ter surgido não em uma igreja neopentecostal, mas em uma das igrejas do protestantismo histórico de missão – a Metodista.

A justificativa dada pelos grupos para a opção musical é a constatação de “que a igreja tem uma linguagem que o povo não entende (...) [e que] precisa adequar a [sua] comunicação a uma linguagem que as pessoas vão entender”.²⁴⁰ Estabeleceram, portanto, a meta de evangelizar um grupo específico e a música como estratégia. No caso do grupo Yehoshua, originado no subúrbio, a construção da identidade musical foi facilitada pelo fato de dois integrantes serem ex-funkeiros convertidos e terem domínio das técnicas gestuais, sonoras e visuais.

²⁴⁰ PINHEIRO, Márcia Leitão. O proselitismo evangélico: musicalidade e imagem. Paper apresentado nas VIII Jornadas sobre Alternativas Religiosas na América Latina, 22-25 set. 1998. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/sociologia/posgraduacao/jornadas/papers/st06-4.doc>>. Acesso em: 7 abr. 2004.

O sucesso da banda Kadoshi, lançada pela Igreja Renascer em Cristo, e do Yehoshua, os levou a gravar discos, respectivamente, pela Gospel Records e pela MK Publicitá. Isso abriu caminho para novos grupos e a inspiração para outros ritmos, e surgiram grupos de samba e pagode como o Pra God, do Rio de Janeiro, o Só Pra te Abençoar, de Brasília, e o Divina Inspiração, de São Paulo, que tornou-se notório por ter sido fundado pelos jogadores de futebol Marcelinho e Amaral. Também foram criados grupos de reggae como o Rhemajireh, do Rio de Janeiro, de axé-music, como a Banda Cedrus, de Ceilândia, e de grupos de punk-rock, como a banda Militantes, de São Paulo. O Movimento Hip Hop Gospel (MHHG), em São Paulo, fundado pelo cantor de rap *gospel* Isaías Jr., criador do Provérbio X, que reúne grupos como o Relato Bíblico, o Verdade Relatada, JCMCs, Eddie Blue e Verso Sagrado, inclui-se também entre os muitos exemplos.

Em todos eles a batida e o estilo de cantar e dançar são os mesmos dos grupos “seculares”, a diferença está nas letras – chamam à conversão e ao apego a Jesus Cristo, exaltam o nome de Deus e censuram fortemente os palavrões.²⁴¹ Os cantores e grupos não fazem tanto sucesso quanto aqueles dos ritmos com maior aceitação, mas têm conquistado espaço nas gravadoras e em espetáculos religiosos.

No que diz respeito ao uso desses gêneros na liturgia, ainda há dificuldades, mas muitas igrejas estão criando os próprios grupos, que encontram mais facilidade para liderar e promover eventos e programações alternativas nas diferentes comunidades religiosas.

4.1.3 Muitos nomes mas um só discurso

O número de artistas *gospel* não pára de crescer, originados das igrejas ou do mercado secular. Os artistas selecionados para a descrição acima são uma proporção mínima da lista que compõe o cast das gravadoras e dos produtores musicais. Há outros que emergiram do movimento *gospel* e que merecem ser mencionados pois também estão na lista dos mais vendidos, possuem fãs-clubes e contratos com grandes gravadoras *gospel*: Fernanda Brum, Elaine de Jesus, Cristina Mel, J. Neto, o grupo Voices e as bandas Resgate e Fruto Sagrado.

É importante destacar que há também um amplo mercado no Brasil para o *gospel* internacional. A gravadora e distribuidora Bom Pastor afirma que entre 30 e 40% das suas vendas são de discos internacionais. Os cantores e grupos internacionais mais famosos são os

²⁴¹ RIMAS Sagradas. *Correio Brasiliense On Line*, Brasília, 17 ago 2003. Disponível em: <http://www2.correioweb.com.br/cw/EDICAO_20030817/cadc_mat_170803_102.htm>. Acesso em: 27 ago. 2003.

estadunidenses Ron Kenoly (campeão nas vendas), Amy Grant, a banda de *hard-rock* Petra, e o latino Marcos Witt, ganhador do Grammy Latino 2003. Há gravadoras especializadas para distribuição das produções internacionais no Brasil – as maiores são BV Music e a Integrity Music. O sucesso desse empreendimento tem feito surgirem cantores e grupos brasileiros que cantam em inglês, como o paulistano Kades Singers, do *cast* da Line Records

Outro movimento crescente é a abertura da mídia secular ao *gospel*. Além das gravadoras que criam selos ou braços *gospel*, como a Top Gospel da Top Tape, a categoria já é incluída em publicações especializadas da indústria fonográfica, como a *Revista do Nopem*, instituto que divulga índices de vendagem e público das gravadoras. Mais um sinal dessa abertura da mídia secular é o recém-criado Grammy Latino, versão latina da clássica premiação do mercado fonográfico estadunidense, cuja quarta edição foi realizada em 2003. A premiação de 2002 inseriu a categoria “Música Cristã”, como reconhecimento pelo crescimento do segmento entre o público de língua latina.²⁴²

Além de os artistas lançados pelas gravadoras *gospel* alcançarem visibilidade em programações de rádio e TV seculares (como o caso de Aline Barros e Oficina G3, já estudados), há, com a abertura da mídia secular, o caso dos cantores que têm alcançado projeção antes mesmo de serem lançados pela mídia evangélica. O Programa Raul Gil, recordista de público nas tardes de sábado pela Rede Record e voltado para lançar novos cantores, saiu na frente nesse processo. Desde 2001, tem dado chance a que cantores *gospel* tomem parte entre os candidatos à carreira artística. A interpretação de que o espaço existe nesse programa porque integra a grade de uma rede de propriedade de evangélicos (a Igreja Universal do Reino de Deus) pode ser logo descartada, já que em 2003 o programa “Sabadaço”, apresentado por Gilberto Barros nas tardes de sábado e concorrente de Raul Gil, inseriu na seção “Novos Talentos”, com proposta idêntica à de Raul Gil, uma categoria “A mais bela voz *gospel*” (cantor, cantora e grupo). A cada sábado, três novos talentos são julgados por um júri secular, formado por compositores e cantores.

Nessa nova etapa do *gospel* na mídia secular, dois nomes de sucesso despontaram depois de se apresentarem no Programa Raul Gil: Robinson Monteiro e Jamily. O primeiro, um rapaz de

²⁴² Cf. LATIN GRAMMY AWARDS. Disponível em: <<http://latingrammy.aol.com>>. Acesso em: 23 nov. 2003. A expectativa do mercado fonográfico brasileiro é que a Latin Academy of Recording Art Scenic [Academia Latina de Artes Cênicas da Gravação] (LARAS) crie em breve a categoria “Melhor Álbum de Música Cristã Brasileira”. A revista *Show Gospel* foi escolhida pela Academia para ser a representante oficial do Grammy Latino na área *gospel* nacional. Cf. BOAS Novas para os músicos cristãos. *Show Gospel*, São Paulo, 9, set. 2002, p. 22.

olhos verdes, na faixa dos trinta anos, participou pela primeira vez em 2001, cantando músicas românticas. O sucesso fez com que os produtores garantissem sua permanência no ar por 17 sábados até que a gravadora Warner ofereceu-lhe um contrato. Ele foi considerado a maior revelação do Programa Raul Gil nos últimos tempos. Seu CD “Anjo” vendeu um milhão de cópias em dois meses. Nascido em família batista, já tinha um CD *gospel* gravado antes da fama. Indagado sobre o fato de ter começado uma carreira *gospel* e hoje estar voltado para o público secular, Robinson Monteiro afirma:

Fico honrado porque sou o primeiro cantor evangélico a conseguir ter dois públicos a meu favor. O meu show é praticamente um culto: abro com músicas que fizeram parte da minha história no Programa Raul Gil, depois canto músicas do meu CD e encerro com músicas *gospel*, agradecendo a Deus pelo momento e pelas pessoas terem ido ao show. A Igreja sabe que não é só uma carreira, mas um ministério. Minha preocupação quando fui gravar um CD popular foi de não ter no repertório músicas que falassem de outros deuses, de prostituição, de sexo, de drogas. Consagrei essas músicas a Deus e tudo o que sai da minha boca é para a honra e glória do Senhor.²⁴³

Jamily é uma menina negra de apenas dez anos, de origem empobrecida, que cantava em igrejas desde os três anos de idade. Em 2002, a mãe insistiu em viajar do Rio de Janeiro para fazer sua inscrição no programa. Foi selecionada para apresentar-se e ficou por 16 semanas. Jamily conquistou os telespectadores e os executivos da Line Records (gravadora da Igreja Universal do Reino de Deus, proprietária da rede de TV) e em julho de 2002, foi lançada no mercado com o CD “Tempo de Vencer”, com baladas românticas e pop para adolescentes.²⁴⁴ Uma das músicas do CD – “Por amor” – foi incluída na trilha de uma das novelas da Record, “Joana, a Virgem” (outra abertura da mídia secular ao *gospel*).²⁴⁵ A faixa-título “Tempo de Vencer”, terceira na lista das mais tocadas em rádios evangélicas no primeiro semestre de 2003, é uma versão de música da cantora estadunidense Whitney Houston e tem a participação do companheiro de programa, Robinson Monteiro.

Jamily recebeu o Troféu Talento 2003 em quatro categorias: revelação feminina, música do ano, melhor versão (“Tempo de Vencer”) e melhor dueto. Sobre a premiação, a artista declarou:

É importante porque além de divulgar o trabalho do artista exalta ainda mais o nome de Jesus. É um prêmio muito importante para o cantor *gospel*. É o sonho de todo artista *gospel* concorrer ao Troféu Talento, e ainda mais eu,

²⁴³ COM a Palavra, Robinson Monteiro. *Revista Gospel*, São Paulo, n. 3, p. 0.8-1.3.

²⁴⁴ TALENTO infantil. *Show Gospel*, São Paulo, n. 9, set. 2002, p. 36.

²⁴⁵ No primeiro semestre de 2003, a Rede Record incluiu na trilha sonora da novela “Um Amor de Babá” duas composições *gospel* interpretadas por cantores da Line Records: “Eu Levo a Sério”, por Alex Filho, e “Te cuida, coração”, por Tino.

com meu primeiro CD, com tão pouco tempo de ministério e já concorrendo com nomes consagrados da música *gospel*, e com nove indicações. É a mão de Deus escrevendo mais um de seus milagres na minha vida.²⁴⁶

Os discursos de Jamily e Robinson Monteiro são o verbalizado por 100% dos artistas *gospel* – os que alcançaram sucesso, os que o recuperaram, os que possuem contratos com grandes gravadoras do segmento ou possuem suas próprias e os que buscam alcançar: “somos instrumentos de Deus”, “temos um ministério”. Este é o aspecto que interessa ao presente trabalho: compreender como se dá a explosão *gospel* por meio desse tipo de expressão musical para identificar os elementos que compõem a cultura *gospel*. E para tanto é preciso atentar para o discurso que lhe dá sentido. Aqui reside uma das razões da explosão desse tipo de cultura, que possibilita a alguns dos nomes citados anteriormente alcance de público muitas vezes superior ao de artistas consagrados da música brasileira: a sintonia entre a proposta dos artistas e as demandas do público, o que será retomado adiante.

4.2 O poder dos ministérios de louvor e adoração: um novo avivamento

Outra expressão musical que configura a cultura *gospel* são os ministérios de louvor e adoração. Num caminho diferente daquele seguido pelos artistas *gospel*, lançados por gravadoras, que constroem uma carreira a partir da dinâmica do mercado fonográfico (contratos, espetáculos, exposição na mídia), os cantores que se expressam por meio desses ministérios denominam-se “adoradores”. A origem deles é a mesma dos artistas, a explosão *gospel* dos anos 90, com uma diferença: o eixo condutor. Se o eixo condutor dos artistas é o mercado que se expande na trilha do movimento musical, o dos ministérios de louvor e adoração é o movimento de avivamento que se expande na trilha do movimento pentecostal.

O avivamento é compreendido como o processo de renovação da Igreja promovido pelo “derramamento do Espírito Santo”, ou seja, por uma experiência mística com o divino que transforma o jeito de ser e de cultivar de uma determinada comunidade.

... é aquele curto período de tempo em que o Espírito Santo de Deus atua maciçamente no meio de um grupo de crentes de um determinado lugar, levando-o a buscar a Deus de forma intensa, deixando de lado a rotina, a frieza e a inércia, e usando-o de maneira fora do comum para o

²⁴⁶ ENTREVISTA com a cantora Jamily. *Troféu Talento*, 21 mar. 2003. Disponível em: <<http://www.redealeluia.com.br/trofeu2003>>. Acesso em: 15 out. 2003.

engrandecimento do seu reino. O avivamento em si pode durar pouco tempo, mas os efeitos que ele produz podem durar muito tempo.²⁴⁷

Historicamente, os movimentos de avivamento tiveram início com a Reforma Protestante nos séculos XV e XVI, a partir das ações de John Wycliffe, John Huss, Martinho Lutero, João Calvino e John Knox, os quais inspiraram outros na Europa, como o movimento moravo, com o conde Nicolau von Zinzendorf, no século XVIII e o movimento wesleyano, no mesmo século, com John e Charles Wesley e George Whitefield. Nos Estados Unidos, eles ocorreram nas colônias americanas entre 1725 e 1760, com Theodore Fredinghuysen e Jonathan Edwards, e no século XIX, com Charles Finney e D. L. Moody. Como já estudado no Capítulo 2 deste trabalho, o cenário evangélico no Brasil já havia vivido um forte avivamento nos anos 60, que gerou divisão nas igrejas históricas. O Movimento de Jesus nos Estados Unidos, descrito no Capítulo 3, representou outra experiência semelhante, transplantada para o Brasil por meio das organizações paraeclesiais, mas sem a forte dimensão pentecostal, que é marca do avivamento que emergiu nos anos 80.

Os reflexos nas igrejas históricas desse avivamento contemporâneo, diferentemente daquele dos anos 60, provocaram não divisão mas incorporação. A busca do crescimento numérico e da visibilidade, alcançados pelos pentecostais, levou grupos do protestantismo histórico a incorporarem aspectos da religiosidade pentecostal em sua liturgia e em sua prática pastoral: este movimento é denominado, portanto, avivamento.

O avivamento contemporâneo brasileiro é parte de um processo globalizado, inspirado por experiências de grupos religiosos cristãos em diversas partes do mundo. Há o avivamento coreano, por exemplo, originado do internacional “Movimento do Crescimento de Igrejas”; há o mais recente movimento dos caçadores de Deus [God Chasers], iniciado pelo pastor estadunidense Tommy Tenney, baseado no poder da oração e da busca individual pelo divino, cuja teologia é disseminada em uma coletânea de livros, que são *best-sellers* no mundo inteiro. A marca da experiência brasileira, porém, baseia-se na música como veículo para se chegar a Deus. Nesse sentido, nomes de destaque surgiram: Adhemar de Campos, Alda Célia, Asaph Borba, Bené Gomes, Gerson Ortega, Soraya Moraes, Ludmila Ferber, Guilherme Kerr Neto, João Alexandre, Jorge Camargo, Ronaldo Bezerra, David Quinlan, Bob Fitts, Mike Shea, Michael Coleman, Paul Wilbur. Dentre os grupos musicais sobressaem-se o Ministério de Louvor Diante do Trono, o Ministério de Louvor da Igreja Renascer em Cristo, o

²⁴⁷ REAVIVAMENTO sob o ponto de vista histórico. *Ultimato*, Viçosa, n. 266, set./out. 2000. Disponível em: <http://www.ultimato.com.br/revistas_edicoes_anteriores.asp>. Acesso em: 15 out. 2003.

Ministério Koinonia e as Comunidades Evangélicas de Goiânia, da Vila da Penha, da Zona Sul e de Nilópolis.

Esses cantores e grupos compõem, cantam, gravam e vendem CDs, cujas músicas são tocadas nas rádios evangélicas e cantadas na liturgia das igrejas. O que marca a diferença desse tipo de expressão musical *gospel* é o fato de os cantores insistirem em serem classificados como adoradores e não artistas; eles se apresentam como ministros e ministérios de louvor e adoração. O uso do termo, com embasamento bíblico²⁴⁸, transforma os músicos e cantores em pessoas com autoridade. Por isso, as lideranças do movimento não apenas compõem e cantam mas escrevem, realizam palestras e pregam em cultos. Com isso, elas introduziram no cenário evangélico, por meio de uma forte estratégia de disseminação – mídia (discos, vídeos e publicações impressas) e programas (congressos, palestras, cursos e seminários) –, um novo discurso e um novo papel para a música e os músicos, cujo eixo central é o avivamento por meio do louvor e da adoração, o que será analisado a seguir.

4.2.1 Ministros levitas e não artistas

Uma das marcas da expressão musical *gospel* “louvor e adoração” é o fato de os cantores insistirem que não são artistas mas adoradores. Na compreensão desses grupos, a adoração é o elemento central no relacionamento com Deus; é a adoração que Deus espera da Igreja e é por meio dela que a Igreja é avivada pelo Espírito Santo e recebe poder para representar Deus na terra: vencer o mal e abençoar pessoas. E essa adoração não deve se refletir apenas no culto mas no comportamento das pessoas.

Para dar base a essa premissa, os pensadores do movimento buscam teologias avivalistas como a do estadunidense Tommy Tenney. Adhemar de Campos, por exemplo, cantor e compositor, vice-presidente da Associação de Músicos Cristãos, escreve:

“A adoração é mais importante que a pregação, porque a pregação é para o homem, mas a adoração é para Deus” (Rev. Tommy Tenney). O momento do culto é o momento da grande celebração ao Senhor. É quando a congregação se reúne para celebrar o milagre da ressurreição de Jesus, da nova vida em Cristo, da comunhão no Espírito e das conquistas espirituais.²⁴⁹

Ronaldo Bezerra, cantor e compositor, um dos líderes da Comunidade da Graça, instrui:

²⁴⁸ “Ministério” na Bíblia, vem da palavra “Ministerium”, quer dizer “serviço das coisas divinas – a Deus e ao santuário”. A expressão é aplicada a funções leigas e clérigas. Ministros, portanto, são todos aqueles que servem. Cf. MINISTERIO. In: ALLMEN, Jean Jacques. *Vocabulário Bíblico*. 3. ed. São Paulo: ASTE, 2001.

²⁴⁹ CAMPOS, Adhemar. Minистраção do louvor no culto. *Adhemar de Campos*. Disponível em: <http://www.evangelicos.com/pages/Artigos/Adhemar_de_Campos>. Acesso em: 1 set. 2003.

“A adoração é mais importante que a pregação, porque a pregação é para o homem, mas a adoração é para Deus” (Rev. Tommy Tenney). Essa frase expressa a importância do louvor no meio da Igreja do Senhor. Mas para que esse louvor seja uma real adoração ao Pai, é necessária uma “preparação” do líder de louvor.²⁵⁰

“Adoradores-mestres” como Marcos Witt, um cantor *gospel* mexicano, ganhador do Prêmio Grammy Latino 2003, na categoria “Música Cristã”, também são teólogos do movimento. Ele escreve:

Adorar a Deus não é apenas cantar hinos afirmando que Cristo precisa assumir o trono da nossa vida. É isso, sim, permitir que ele realmente o faça na prática e na vida diária. Poderíamos dizer, como já o dissemos em várias ocasiões, que a adoração é um *modo de viver*.²⁵¹

Por isso, os “ministros” do louvor e da adoração são todos vinculados a uma igreja como membros ou como pastores fundadores. O objetivo de sua atuação, dizem, não é vender discos, mas contribuir com o seu trabalho para o “mover de Deus” nas igrejas, formando uma geração de adoradores. Várias canções refletem esse propósito, como no exemplo a seguir:

Verdadeiro Adorador
(Adhemar de Campos)

Pai, eu sei que os teus olhos
Estão sobre a terra a procurar
Alguém que te adore em espírito
Alguém que te adore em verdade
Pai, como achaste a Davi
Vem e derrama sobre mim
O óleo precioso da unção
E me faz segundo o teu coração
Ache em mim verdadeiro adorador
Com vestes de louvor
Quero contemplar teu rosto, ó pai
Vem ungir minha oferta de amor
dou a ti meu coração
Meu Deus, meu pai
Ache em mim um verdadeiro adorador
É meu prazer te adorar, Senhor
É meu prazer ministrar louvor.

²⁵⁰ BEZERRA, Ronaldo. A Ministração do louvor. *Ronaldo Bezerra*, Estudos. Disponível em: <<http://www.ronaldobezerra.com.br>>. Acesso em: 3 set. 2003.

²⁵¹ WITT, Marcos. *Adoremos*. Belo Horizonte: Betânia, 2001. p. 91.

Ser um “verdadeiro adorador” significa não adotar a terminologia “artistas” para definirem seu engajamento no movimento *gospel*. Os adoradores são “ministros”, representantes de Deus. A carreira artística, dizem, é incompatível com o propósito de Deus, conforme a orientação de um líder de louvor reproduzida abaixo.

Muitos músicos chamados "cristãos" têm imitado modelos do mundo, querem ser conhecidos como artistas e pop stars! Imitam artistas seculares, são orgulhosos, soberbos, exigentes e egoístas. Buscam plataforma e visibilidade, querem ser reconhecidos, se consideram estrelas e querem "brilhar"!

Se nos encaixamos neste modelo, devemos saber o que a Bíblia nos declara: "Eis que sois menos do que nada..." (Is.41:24). Ao Senhor pertence o louvor e todo o reconhecimento: "... o louvor, e a glória, e a sabedoria, e as ações de graça, e a honra, e o poder, e a força sejam ao nosso Deus pelos séculos dos séculos. Amém." (Ap.7:12). (...) O Pai está a procura de verdadeiros adoradores! (Jo.4:23). O músico que é um verdadeiro adorador não é "estrela" e nem "pop star", e também não tem nenhum tipo de compromisso com este tipo de glória, mas é um salmista, ministro do altar, é conhecido como um verdadeiro servo e homem de Deus! (II Cr.29:11). É aquele músico que além de executar a sua arte, é consagrado a Deus e separado para Ele; e com certeza, sabe a respeito da necessidade que há da unção do Espírito Santo em sua vida, assim como em sua música.²⁵²

Para os líderes do movimento de louvor e adoração, os adoradores que “ministram a música” em locais de reunião e cultos devem assumir não o mero papel de músicos mas o status de “levitas”. Não foi possível, a esta pesquisa, precisar onde e com quem se originou o uso do termo “levita” para denominar os músicos e cantores. O que se pode constatar é que sua disseminação deu-se com a explosão *gospel* – nos escritos e palestras de louvor e adoração, na publicação de material especializado como a revista *O Levita*, vendida nas bancas, ou em páginas eletrônicas.²⁵³

Segundo o *Dicionário Enciclopédico da Bíblia*²⁵⁴ a palavra é de origem hebraica e derivada do nome próprio “Levi”, terceiro filho de Jacó, que passou designar uma tribo que se tornou responsável pelo culto, exercendo funções sacerdotais. A tradição passou a determinar que todo levita, membro da tribo sacerdotal, seria descendente de Levi. Coube aos levitas carregar a Arca da Aliança, “cuidar do serviço de Deus e abençoar o povo em seu nome”. Não receberam terra na partilha entre as tribos, eram visitantes que cuidavam da itinerância do

²⁵² BEZERRA, Ronaldo. Artistas ou adoradores? *Ronaldo Bezerra*, Estudos. Disponível em: <<http://www.ronaldobezerra.com.br>>. Acesso em: 3 set. 2003.

²⁵³ Ver LOUVORNET. Disponível em: <<http://www.louvornet.com.br>>. Acesso em: 18 dez. 2001; GOSPEL MUSIC CAFÉ. Disponível em: <<http://www.gospelmusic.com.br>>. Acesso em: 18 dez. 2001.

²⁵⁴ LEVITA. In: BORN, A. van den. *Dicionário Enciclopédico da Bíblia*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

santuário (a arca) e até mesmo lidavam com medicina popular e ajudavam a curar pessoas doentes nas tribos que percorriam. Eram pessoas pobres; não recebiam pelo trabalho.

Após a construção do Templo de Jerusalém, para onde a arca foi transportada – e com isso o santuário deixa de ser itinerante –, uma nova concepção de culto foi construída. Surgiu a figura dos sacerdotes do templo e a construção de uma compreensão de que este seria o único sacerdócio legítimo. A partir daí, aos levitas foram atribuídas funções tidas como inferiores: passaram a atuar no templo como administradores, porteiros, faxineiros e músicos.

Na teologia *gospel* pode-se encontrar uma detalhada justificativa religiosa para a nova significação do termo a fim de enfatizar o papel de destaque da adoração. Para isso, reporta-se aos levitas como um grupo de pessoas separadas para levar e cuidar da Arca da Aliança e posteriormente servir no templo construído pelo rei Salomão. Para isso são “separados”, “santificados”. Essa fundamentação bíblica indica que os levitas também eram separados para o serviço no templo como músicos, porteiros e responsáveis pelo patrimônio e que os “mais destacados” eram os que estavam “à frente participando da música”, em especial a partir do tempo do Rei Davi.²⁵⁵

Essa opção pelo modelo de culto do “Antigo Testamento” reflete-se nas músicas dos compositores *gospel*, que enfatizam, principalmente, a realeza de Deus, seu poder, soberania, majestade e domínio, como nas letras a seguir, de duas das canções mais tocadas nas rádios evangélicas:

²⁵⁵ Cf. LEVY, Miguel. Os levitas na casa de Deus. *Sou Levita*. Disponível em: <http://orbita.starmedia.com/~praiser/sl_levitas.htm>. Acesso em: 25 fev. 2001.

Sala do Trono
(Alda Célia)

Pai eu quero contemplar
Tua glória e majestade
Pai eu quero te adorar
Em espírito e em verdade
Não apenas no átrio, ou no santo
lugar
Eu quero te entronizar
Entre o querubins
Oh, leva-me à sala do trono
Pelo novo e vivo caminho
Pelo sangue de Jesus
Eterno sumo sacerdote
Oh, leva-me à sala do trono
Pra te adorar, Senhor

Reina o Senhor
(Asaph Borba)

Reina o Senhor,
Tremam os povos
Reina o Senhor,
Tremam os povos
Ele está entronizado
Acima do querubins
O Senhor é grande em Sião
E sobremodo elevado
Acima de todos os povos
Exaltai ao nosso Deus [3x]
E prostrai-vos aos seus pés
Pois só Ele é santo
Alegrem-se os céus
Regozije-se a terra
E diga-se entre as nações
O Senhor reina.
Aleluia, aleluia
Aleluia, o Senhor reina.

O estilo “adoradores” também tem atraído a adesão de pessoas do meio artístico secular, convertidas à fé evangélica. Alguns são ex-famosos como o cantor Dudu França, outros quase famosos como Sarah Sheeva, filha da cantora Baby do Brasil, integrante do grupo SNZ. Convertidos à fé evangélica e ao movimento de louvor e adoração, acreditam que suas canções são “ungidas”. Um dos curiosos movimentos de conversão ao movimento de louvor e adoração vem do ex-baterista da banda *gospel* Virtud, Clóvis Ribeiro: converteu-se de artista *gospel*, do *cast* da gravadora Gospel Records, a adorador. Ele diz que “de músico profissional passou a ser um caçador de Deus”, depois de participar de um congresso de adoração em 2001.²⁵⁶

4 2.2 Saem os conjuntos jovens entram os ministérios de louvor

Uma das características da explosão *gospel* dos anos 90 foi a extinção dos conjuntos jovens, que tiveram o seu auge nos anos 80, conforme já estudado no Capítulo 3 deste trabalho. Com a ênfase no avivamento e na formação de adoradores, trabalhada pela expressão musical do louvor e da adoração, os conjuntos deram lugar aos ministérios de louvor. Quem alavancou o

²⁵⁶ CAÇADOR de Deus. *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul 2003. p. 18.

processo nos anos 90 foram as Comunidades Evangélicas e da Graça, seguidas pela Igreja Renascer em Cristo, todas de linha pentecostal.

As duas primeiras, desde o início de sua existência nos anos 70, em Goiânia e São Paulo, e os principais desdobramentos no Rio de Janeiro, com as Comunidades da Vila da Penha, da Zona Sul e de Nilópolis, centraram suas atividades na música. Com o apoio de nomes de destaque entre os evangélicos como Asaph Borba e Bené Gomes, na Comunidade Evangélica, e Adhemar de Campos e Ronaldo Bezerra, na Comunidade da Graça, foram criados os primeiros ministérios de louvor, que passaram a disseminar suas músicas e seu estilo “adoradores” por meio da gravação de discos, com produção independente. As Comunidades Evangélicas orgulham-se de ter “revelado” cantores atualmente consagrados no cenário evangélico como Kleber Lucas, Aline Barros, Ludmila Ferber, Fernanda Brum e de produzir resultados com suas canções entre os evangélicos:

Um músico, ou cantor, ou até mesmo o compositor é mais do que alguém que produz canções. Para nós é um ministro que toca nos céus, traz o mesmo à terra, atrai a presença de Deus. (...) A música que o Senhor tem colocado em nossos corações tem abençoado o povo evangélico espalhado pelo Brasil de tal forma que já atravessou nossas fronteiras chegando a outras nações, e tudo isto é fruto de uma promessa do Senhor, de que essa obra alcançaria as nações da Terra. (...)

Este é o poder da música ungida que o Espírito Santo de Deus tem gerado no Ministério de Música da igreja local e que tem possibilitado ao espírito humano, em cada canto do país, a oportunidade de se quebrantar, arrepender-se e colocar-se de joelhos diante de Jesus Cristo!! (...)

Praticamente em todos os lugares em que essas canções são propagadas, compungem-se os corações e como consequência dessa audição, os sinais e maravilhas se manifestam. Várias ligações telefônicas relatam o mover do Espírito Santo em igrejas conhecidas por seu tradicionalismo.

Inúmeras correspondências que nos chegam, dão conta do que acontece com várias pessoas que ao ouvir as nossas músicas, são impactadas pelas manifestações do poder de Deus, que através do louvor ministrado, são curadas, restauradas, libertas e têm suas vidas totalmente transformadas de uma maneira surpreendente.²⁵⁷

Essa interpretação do papel da música na liturgia da igreja cristã levou as Comunidades Evangélicas a criarem um estilo de “ministração de louvor” no culto, em que o músico e cantor tem papel especial. Ele pode e deve pregar mensagens (“ministrar”) e fazer orações – o seu status de “adorador”, de alguém que “toca nos céus, traz o mesmo à terra, atrai a presença

²⁵⁷ NOSSA história. *Comunidade Evangélica Cristã da Vila da Penha*. Disponível em: <http://www.comunidadeevangelicacrista.com.br/nossa_hist.html>. Acesso em: 9 out. 2003.

de Deus”, lhe permite isto. Esse estilo foi consolidado como modelo para os ministérios de louvor que se implementavam nas igrejas, estimulados pelas canções de melodia simples, ritmo contagiante e letras apelativas, próprias de um tempo cujas teologias predominantes são as da Prosperidade e da Guerra Espiritual. As letras a seguir, de canções bastante popularizadas pelas rádios evangélicas, ilustram isso:

Na Casa de Meu Pai
(Comunidade Evangélica de Nilópolis)

Na casa de meu Pai
Há unção e há poder!
O cego enxerga
O coxo anda
O morto se levanta
Para adorar a Deus
A fofoca cai, cai, cai...
A doença vai, vai, vai...
E o demônio sai, sai, sai...
E não volta mais

Tudo o que Jesus conquistou
(Ministério Koinonia – Comunidade
Evangélica de Goiânia)

Tudo o que Jesus conquistou na cruz
É direito nosso é nossa herança
Todas as bênçãos de Deus para nós
Tomamos posse, é nossa herança
Toda vida, todo poder
Tudo o que Deus tem para dar
Abrimos nossas vidas para receber
Nada mais nos resistirá
Maior é o que está em nós
Do que o que está no mundo

Nosso general
(Adhemar de Campos)

Pelo Senhor marchamos sim,
seu exército poderoso é
Sua glória será vista em toda terra
Vamos cantar o canto da vitória
Glória a Deus! Vencemos a batalha
Toda arma contra nós perecerá
O nosso general é Cristo
Seguimos os seus passos
Nenhum inimigo nos resistirá.
Com o Messias marchamos sim,
em sua mão a chave da vitória
Que nos leva a possuir a terra prometida.
Vamos cantar o canto da vitória
Glória a Deus! Vencemos a batalha
Toda arma contra nós perecerá

Liderado pela bispa Sonia Ernandes, da Igreja Renascer em Cristo, o ministério de louvor Renascer Praise desenvolveu uma nova versão do estilo “louvor e adoração”: estabeleceu a realização de megaeventos para gravação e lançamento de CDs, com palco, cenografia e tecnologia de última de geração. Além das músicas, a bispa Sonia Ernandes prega mensagens e faz orações, o que cria a característica de um culto. Em onze anos de existência completados em 2003, foram dez CDs produzidos, dos quais dois gravados em estúdio, sete ao vivo e uma

versão em espanhol, todos pela Gospel Records. Em 2000, o Renascer Praise esteve em Israel, onde gravou ao vivo um CD e o primeiro DVD *gospel* do Brasil.

Como os ministérios de louvor das Comunidades, o Renascer Praise compõe músicas de corte popular para serem cantadas nas igrejas, como a reproduzida a seguir:

Plano melhor
(Renascer Praise)

É só esperar acontecer
É só continuar e não deixar
Que as lágrimas embacem o olhar
E não deixar que a tristeza,
tire a força do caminhar
Continuar, olhando nos seus olhos
enxergando a verdade
E nada e ninguém pode impedir
Jesus, plano melhor nunca chega atrasado
Sua hora é perfeita,
sua maneira a mais linda
Seja feita Tua vontade,
eu só quero Tua vontade
Assim na terra como no céu.

De todos os grupos que surgiram nos anos 90, o que maior destaque alcançou nos últimos anos é Ministério de Louvor Diante do Trono (DT), da Igreja Batista da Lagoinha (bairro da cidade de Belo Horizonte/MG). Um dos últimos a surgir no cenário *gospel*, o DT elaborou uma síntese dos estilos desenvolvidos pelas Comunidades e pelo Renascer Praise e, em poucos anos já havia conquistado o auge do sucesso de público e vendagem de CDs.

4.2 3 O “modelo” Diante do Trono

Conforme já estudado no Capítulo 2, a Igreja Batista da Lagoinha inclui-se no ramo carismático, originada de cisão com a Convenção Batista Brasileira nos anos 70. É uma igreja independente que experimentou um forte crescimento numérico nos anos 90, após adotar estratégias do Movimento de Crescimento de Igrejas. Seguindo a tradição das igrejas batistas, a Igreja da Lagoinha possuía um significativo grupo de músicos e a música era elemento de destaque na liturgia.

O DT surgiu após experiência mística vivida pela filha de um dos pastores da Igreja da Lagoinha, Ana Paula Valadão Bessa, ao participar de congresso de avivamento nos Estados Unidos, no ano de 1997. Ela montou um grupo seleta com músicos e cantores do ministério de louvor já existente na igreja e juntos gravaram em 1998, ao vivo, na Igreja da Lagoinha, o

CD intitulado “Diante do Trono”. O sucesso da gravação consolidou o grupo que foi denominado com o título do CD: Ministério de Louvor Diante do Trono.²⁵⁸

O DT gravou, mais uma vez ao vivo, em 1999, o segundo CD, “Exaltado”, ano em que iniciou viagens pelo Brasil, projetando-se e alcançando aceitação nacional. Nessas apresentações, procurava ressaltar sua característica de ministério de louvor: mostrava as canções dos discos gravados, entremeadas por pequenos sermões (“ministrações”) e orações. Introduzia também nos eventos dançarinos que interpretavam as mensagens das canções.

A gravação do terceiro CD, “Águas Purificadoras”, em 2000, foi realizada em evento ao ar livre, nos moldes das apresentações realizadas pelo Brasil. A expectativa de 30 mil pessoas, com caravanas de todo o Brasil, foi superada com o alcance de 70 mil. A partir dali, os CDs em 2001 (“Preciso de Ti”), 2002 (“Nos Braços do Pai”) e 2003 (“Quero me apaixonar”) foram gravados em espaços abertos e chegaram a reunir cerca de dois milhões de pessoas de todo o Brasil e de países vizinhos, na última concentração em São Paulo, segundo a Polícia Militar..

O DT tem consolidado sua presença no Brasil por meio de megaeventos em espaços públicos. Além das gravações de CDs em Belo Horizonte, Brasília e São Paulo (respectivamente, 2000 e 2001, 2002 e 2003), são realizados “grandes cultos de adoração”, o primeiro deles no Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro, em 2001; e em 2003, o local escolhido foi Goiás, no Hot Park, Pousada do Rio Quente. O objetivo, segundo os líderes do DT, é a realização de “ministrações” pelo Brasil, para “levar o povo ao arrependimento pelos pecados na Nação”.²⁵⁹

As apresentações do DT em locais públicos são megaproduções. Um aparato tecnológico de última geração (iluminação de palco, canhões e refletores na platéia, som, telões) serve de apoio para os mais de 50 integrantes do grupo: cantores que formam o vocal de apoio para a principal vocalista Ana Paula Valadão; músicos de base com teclados, contrabaixo, guitarra, violões e bateria; uma orquestra de sopro com trompetes, trombones, trompas e saxofones; e dançarinos, que coreografam todas as músicas. O coral do Ministério Ephatá da Igreja da Lagoinha também dá apoio vocal. Tradutores para a linguagem dos surdos-mudos atuam em todas as músicas, palavras e orações. A cenografia explora as cores do palco e do vestuário de cada integrante, em sintonia com a iluminação. O vestuário, por sinal, procura mesclar seriedade com leveza, dentro da moda. Os homens cantores e regentes vestem ternos com cortes modernos, e os homens músicos usam camisa com gravata. As mulheres vestem

²⁵⁸ DIANTE do Trono, o início de tudo. Ministério Diante do Trono. Disponível em: <http://www.diantedotrono.com.br/familiadt/1st_historia.asp>. Acesso em: 3 set. 2003.

²⁵⁹ DIANTE do Trono, o início de tudo. *Ministério Diante do Trono*. Disponível em: <http://www.diantedotrono.com.br/familiadt/1st_historia.asp>. Acesso em: 3 set. 2003.

conjunto de calça e bata com transparência e acessórios modernos (como cintos, brincos, colares). A maquiagem traduz singeleza. Um artista pinta um quadro relacionado ao tema do CD durante a apresentação.

Apresentação é uma palavra evitada pelo DT. O que acontece nos megaeventos, segundo os integrantes, é um culto de adoração, dirigido a Deus e não às pessoas, em que há “ministração” e “intercessão” pelas pessoas presentes e pelo País. Durante o evento, Ana Paula Valadão é a figura central. Além de ser a autora de todas as músicas dos CDs, é a principal vocalista, cedendo, por vezes, alguns solos para integrantes do grupo vocal. Nas interpretações, ela assume uma postura contemplativa e contrita – ajoelha-se, olha para o céu, fecha os olhos, derrama lágrimas, ações seguidas pelos demais cantores. Em cada música, ela prega um pequeno sermão (“ministra”) – cita trechos da Bíblia e expõe mensagens; em outros momentos, faz orações ou dirige o público em momentos interativos.

A maioria das músicas do DT são baladas românticas com forte peso emocional, o qual é reforçado, nas apresentações, pela coreografia dos dançarinos e pelos apelos ao público para que feche os olhos, ajoelhe, coloque as mãos no coração. O público responde a tudo, reagindo com brados de “Aleluia!”, “Glória a Deus” e, em alguns momentos, chora copiosamente. Algumas músicas possuem ritmos mais agitados, mas nada além de pop-rocks, momentos do espetáculo/culto em que o público é convidado a dançar, pular e “gritar brados de vitória”.

A imagem de pessoa espiritual (“ungida”) e a capacidade de comunicação, aliados aos atributos físicos, transformaram Ana Paula Valadão na musa da música *gospel* da atualidade. Um trecho da matéria de capa sobre o “fenômeno” DT publicada pela *Revista Eclésia*, uma das mais populares entre os evangélicos, distribuída em bancas de jornais e revistas, revela isto [grifos meus]:

A música flui de seus lábios, **envolvente**. Palavras e cânticos se sucedem, num fluxo ininterrupto, trazendo uma **atmosfera de marcante espiritualidade**. No altar, ela canta, ora, dança. Em certos momentos, sorri e chora; em outros, saltita e cai de joelhos. A espontaneidade é o complemento **perfeito** para sua voz afinadíssima. Os espectadores, **inebriados**, levantam as mãos e deixam as lágrimas escorrerem livremente, numa onda de louvor. (...) Quem assiste às apresentações do Ministério de Louvor Diante do Trono, **liderado por ela, tem a sensação de que está, literalmente, na presença do Rei dos reis**. Santo dos santos, lugar da adoração, sala do trono. As expressões utilizadas para designar a dimensão do alcance do ministério são diversas, mas todas retratam o sentimento de intimidade e aconchego proporcionado pelo louvor genuíno, aquele que sobe como incenso agradável até as narinas do Senhor.²⁶⁰

²⁶⁰ UMA onda de adoração. *Eclésia*, São Paulo, n. 78, jun. 2002, p. 48-57.

A opção pela adoração e não pela carreira artística faz o DT crer que suas músicas trazem resultados para quem as ouve durante os eventos ou a distância, pelos CDs ou vídeos:

A mesma unção de cura, de libertação, de gozo na presença de Deus é derramada também sobre todos os que ouvem o CD. Daí, toda beleza e os muitos milagres que acontecem pela ministração das músicas. (...) São incontáveis os testemunhos relatados por pessoas que experimentaram um novo começo em suas famílias e em seus próprios corações. O Ministério Diante do Trono tem convicção de que estar constantemente aos pés de Jesus é o motivo do sucesso de todo o seu trabalho, pois ele não traz glória para os adoradores, e, sim, para o Adorado. Jesus é o alvo.²⁶¹

Na prática, parece que é difícil levar esse discurso até o fim. No lançamento do CD “Quero me apaixonar”, na II Feira Internacional do Consumidor Cristão realizada em setembro de 2003, em São Paulo, o DT recebeu o Disco de Platina pela vendagem de 500 mil cópias em duas semanas de comercialização. Ana Paula Valadão estava presente; atendia a uma longa fila de “fãs” que adquiriam o CD em busca de um autógrafo e uma fotografia com a musa. Outros integrantes do DT estavam no local e apenas assistiam ao assédio à cantora. No entanto, a resposta das pessoas indagadas quanto à razão de dispensarem tempo em uma fila em busca de um autógrafo de Ana Paula Valadão parece confirmar o discurso do DT²⁶²:

É coisa inédita aqui em São Paulo a Ana Paula tão pertinho da gente... é um ministério super-abençoado. A gente reconhece o trabalho dela, deles, aliás. E aproveitando que ela está aqui não custa nada a gente ficar na fila. O ministério deles é abençoado porque desde que eu conheci o DT, através das músicas, minha vida foi realmente edificada, transformada, então tem que valorizar o trabalho. As músicas tiveram influência na minha vida. *Denise Siqueira, 23 anos, Igreja Universal dos Filhos de Deus (São Paulo)*

Eu fui à gravação do CD este ano aqui em São Paulo, foi uma bênção de Deus. Desde então a minha vida foi transformada. Porque até então eu tinha passado por uma fase muito difícil da minha vida espiritual. Então, ao ouvir aquelas canções, ao ouvir os testemunhos, tudo quanto foi ministrado ali naquele lugar eu me senti maravilhada, porque o Senhor, ele realmente transformou a minha vida. Vale a pena ficar aqui na fila, não somente para pegar um autógrafo mas para agradecer por este ministério tão maravilhoso em nossas vidas. O trabalho deles tem diferença de outros cantores e grupos evangélicos, porque é cheio da unção de Deus. E isso é o que faz a diferença. Não adianta você ter a voz bonita, cantar bem, se você não tem a unção de Deus. Os exemplos deles, os frutos que eles dão, me mostram esta unção. *Tatiane Porto, 18 anos, Comunidade Cristã Paz e Vida (São Paulo)*

Faço parte disto. Fui uma das participantes de um grupo de mil intercessores. Nós oramos muito, mais de um mês antes da realização deste evento. Nós jejuamos, clamamos ao Senhor para que tudo fosse feito para honra e glória do Senhor. Então eu estou muito feliz porque hoje eu estou vendo o

²⁶¹ 1999-2000 Um biênio de grandes confirmações. *Ministério Diante do Trono*. Disponível em: <http://www.diantedotrono.com.br/familiadt/1st_historia.asp>. Acesso em: 3 set. 2003.

²⁶² DEPOIMENTOS a Magali do Nascimento Cunha. II Feira do Consumidor Cristão, São Paulo, 25 set. 2003.

resultado de um trabalho. Um trabalho que foi movido pelo Espírito Santo, de muita consagração. Não porque é o DT ou porque é a Ana Paula, mas sim porque eu faço parte disso e eu pude sentir na minha vida o mover do Espírito Santo de Deus. *Rosa Musse, 44 anos, Igreja Restauração da Fé (São Paulo)*

Ah, eu queria declarar para a Ana Paula que realmente eu estou sendo abençoada pelos cânticos do DT. Não só por causa dela mas por causa do ministério que tem passado realmente unção, seriedade, e temos visto isto na vida de cada um. Temos acompanhado no seminário de intercessão e a gente vê que realmente o trabalho é sério. A unção é vista na seriedade no trabalho. Não é uma coisa de tietagem, de ficar buscando, querer aparecer. Tenho visto isto em grupos evangélicos e o DT é uma diferença. *Helena Alves, 41 anos, Igreja Edificando em Cristo (Tremembé)*

Nós somos admiradores do ministério DT, não só da Ana Paula e do pastor Márcio, mas de todos. A gente entende que é um ministério importantíssimo para louvor do nosso Deus. Esta é a razão de estarmos aqui para levar uma lembrança. Existe uma diferença deles para outros grupos de cantores porque a ministração que eles fazem é uma ministração totalmente evangelística, para atingir mesmo aqueles que ainda não se encontraram com Cristo. *João Marcos Silvério, 39 anos, Igreja Presbiteriana do Brasil (São Paulo)*

Minha filha é fã incondicional da Ana Paula e do DT como um todo. Nós já acompanhamos o trabalho do DT há muito tempo e vim trazê-la aqui hoje. 70 km embaixo deste calorão, para satisfazer o desejo dela de estar aqui. *Adão Luiz Mendonça, 41 anos, Igreja do Nazareno (Itatiba)*

A resposta do público pode ser medida nos números. Os seis CDs lançados de 1998 a 2003 venderam juntos cerca de três milhões de cópias, o que fez com que as músicas virassem “hits” nos cultos de milhares de igrejas. As letras, a seguir, de duas baladas românticas que aparecem na lista das mais tocadas nas rádios evangélicas nos anos de 2002 e 2003, são exemplos do tipo de mensagem que recebe resposta tão positiva:

Aclame ao Senhor
(Versão em português, de Ana Paula Valadão
da música “Shout to the Lord, da cantora
australiana Darlene Zschech)

Meu Jesus, salvador
Outro igual não há
Todos os dias quero louvar
As maravilhas de teu amor
Consolo, abrigo
Força e refúgio é o Senhor
Com todo o meu ser
Com tudo o que sou
Sempre te adorarei
Aclame ao Senhor toda a Terra e cantemos
Poder, majestade e louvores ao Rei
Montanhas se prostrem e rujam os mares
Ao som de teu nome
Alegre te louvo por teus grandes feitos
Firmado estarei, sempre te amarei
Incomparáveis são tuas promessas prá mim

Preciso de Ti

Preciso de ti, preciso do teu perdão
Preciso de ti, quebranta meu coração
Como a corça anseia por águas
assim tenho sede
Como terra seca assim é a minh'alma
Preciso de ti
Distante de ti Senhor não posso viver
Não vale a pena existir
Escuta o meu clamor
mais que o ar que eu respiro
Preciso de ti
Não posso esquecer o que fizeste por mim
Como alto é o céu tua misericórdia é sem fim
Como um pai se compadece dos filhos
assim tu me amas
Afasta as minhas transgressões
Preciso de ti
E as lutas vêm tentando me afastar de ti
Frieza e escuridão procuram me cegar
Mas eu não vou desistir ajuda-me Senhor
Eu quero permanecer contigo até o fim

A matéria de capa *Revista Eclésia* sobre o DT avalia as canções:

Além de carregarem inegável unção, as canções pegam com uma facilidade impressionante e não saem mais da cabeça. O mais extraordinário é que não se trata de puro modismo, embora, evidentemente, não se possa ignorar que, aqui e ali, a coisa caminhe por este lado. O grupo mineiro está trazendo uma nova mentalidade à Igreja brasileira, onde o louvor musical, muito mais do que ocupar importante espaço devocional, representa atitudes diante de Deus. "É a ministração que vem do coração do Pai diretamente para o coração do adorador", define Ana Paula Valadão Bessa.²⁶³

4.2.4 O avivamento do mercado fonográfico

A linha “louvor e adoração” está conquistando cada vez mais espaço no mundo *gospel*. Mesmo grupos musicais mais antigos que ainda permanecem, como o Vencedores por Cristo e o Grupo Logos, já se atualizaram e se inseriram nessa linha musical religiosa, garantindo a imagem de seriedade e dedicação a Deus que os consagrou entre a juventude nas décadas de 70 e 80. Ex-líderes apresentam-se hoje como ministros de música ou adoradores, como Guilherme Kerr Neto e João Alexandre. O primeiro escreveu, por exemplo, em artigo publicado pela Associação de Músicos Cristãos:

Você que é meu colega no ministério da adoração – cuidado com as novas teologias, os novos ventos de doutrina, com as letras que descrevem só a subjetividade da relação com Deus porque embora a experiência de qualquer

²⁶³ UMA onda de adoração. *Eclésia*, São Paulo, n. 78, jun. 2002, p. 48-57.

peessoa seja importante e deva ser respeitada, não é a experiência que determina a nossa fé.²⁶⁴

Os antigos se adaptam mas o que existe são muito mais novidades. Nos últimos tempos, o novo são os ministérios criados por músicos ou líderes evangélicos desvinculados de suas comunidades de origem ou por músicos recém-convertidos à fé evangélica. São igrejas independentes, com programação 100% voltada para o louvor e a adoração. Um dado curioso é que os ministérios mais destacados desse novo formato são liderados por estrangeiros.

O Ministério Paixão, Fogo e Glória, sediado em Belo Horizonte/MG, por exemplo, é liderado pelo pastor irlandês David Quinlan, anteriormente missionário do Ministério Uma Chamada para as Nações, cujo líder é o pastor estadunidense Dan Duke. Também inspirado no Ministério Uma Chamada para as Nações é o Ministério Asas da Adoração, liderado por Christie Tristão. O Ministério Casa de Davi, sediado em Londrina/PR, foi fundado pelo missionário da Missão Pedra Angular, dos Estados Unidos, Mike Shea.²⁶⁵ Outros, como o Adoração Profética, da pastora Ludmila Ferber, originária do Ministério Koinonia, também têm conquistado espaço. O volume 2 do CD “Adoração Profética”, lançado por gravadora própria, a Kairós, esteve entre os dez mais vendidos da parada *gospel* em 2003.²⁶⁶

Atualmente há uma extensa lista de novos cantores e grupos de louvor e adoração. É tarefa difícil listar todos; aqui foram destacados os principais. As características estudadas indicam a consolidação dessa linha musical como a maior força do movimento *gospel* no presente, a qual pode ser medida não só pela quantidade de eventos e de público neles envolvido, como pelo fato de as gravadoras *gospel* já terem assimilado a nova tendência. Matéria publicada em setembro de 2000 na *Revista da Força Editorial*, uma distribuidora de produtos evangélicos, já sinalizava:

A música evangélica procura tocar o coração nos mais variados ritmos e formas. Entretanto, sempre existe um estilo que se destaca nas rádios cristãs. Atualmente os produtores e diretores das gravadoras apontam o louvor de grupos comunitários como o principal sucesso nas paradas. A

²⁶⁴ KERR NETO, Guilherme. Que Deus Adoramos? *Associação de Músicos Cristãos*. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/bibliaworld/amc/reflex.htm>>. Acesso em: 13 out. 2003.

²⁶⁵ O Ministério Casa de Davi iniciou em 1999 gravações de discos – três até 2003. O segundo deles, “Resgatai a Noiva”, tem sido um sucesso nas igrejas, ao mesmo tempo carregado de alguma polêmica, pois foi acusado por alguns grupos de disseminar mensagem subliminar por meio da capa, que, quando refletida no espelho, mostrava figura de um demônio. Cf. PROFETA, Apóstolo e Polêmico. *Eclésia*, São Paulo, n. 92, set. 2003, p. 18-25.

²⁶⁶ MINISTÉRIO profético de louvor e adoração em novo disco. *Show Gospel*, São Paulo, n. 9, set. 2002, p. 28.

tendência seria responsável também pela onda de discos ao vivo. O grupo Diante do Trono foi um dos responsáveis pela consolidação da linha louvor congregacional. “É o que tem levado as pessoas a buscar mais a Deus”, acredita o diretor de marketing da produtora Wellington Buchará.²⁶⁷

As Comunidades Evangélicas foram as pioneiras na gravação de discos com músicas voltadas para louvor e adoração congregacional, mas foram os Ministérios Renascer Praise e o Diante do Trono que alavancaram o sucesso dessa linha de expressão *gospel*, ainda nos anos 90. Entre os vinte CDs mais vendidos no primeiro semestre de 2003 estão: Diante do Trono, com dois trabalhos (primeiro lugar e quarto lugar), Ministério Adoração Profética – vol. 2 (sétimo lugar), o Ministério Fogo e Glória (nono lugar), o Ministério Santa Geração (11º lugar) e o Renascer Praise (14º lugar). Dentre estes, apenas o Renascer Praise está vinculado a uma grande gravadora *gospel*; os demais têm gravadora própria ou produção independente.²⁶⁸

Com atenção ao mercado, as grandes gravadoras não desprezam a tendência. A maior das brasileiras, a MK Publicitá, criou a linha “Louvor das Igrejas” e contratou Ronaldo Bezerra com o Ministério Comunidade da Graça, Alda Célia (ex-Ministério Koinonia), o Ministério Koinonia, o Ministério da Igreja Batista Nova Jerusalém e o Ministério Comunidade Quadrangular. Já existem também as gravadoras especializadas nesta linha: as estrangeiras Integrity Music, Vineyard Music e BV Music (as maiores) e as brasileiras Diante do Trono, Kairós (do Ministério Adoração Profética), Joy Music, Aliança, Life (do cantor Asaph Borba) e Zoe Music.

No Prêmio Troféu Talento, oferecido aos melhores da música *gospel* a cada ano, eleitos pelas gravadoras e pelo público, já está incluída a categoria “Melhor CD de Louvor e Adoração”. O prêmio foi obtido em 2003 pelo Ministério Diante do Trono, com o CD “Nos Braços do Pai”, que também ganhou na categoria “Melhor Grupo ou Banda”.

Uma adaptação das gravadoras a essa tendência são as produções ao vivo. Todos os ministérios de louvor e adoração gravam ao vivo, no modelo “Diante do Trono”. Os artistas *gospel* também estão optando por essa prática.

²⁶⁷ QUAL é a cara do gospel? *Eclésia*, São Paulo, n. 58, set. 2000, Encarte *Revista da Força*, n. 2, p. 3.

²⁶⁸ Fonte: CONSUMIDOR CRISTÃO. Atibaia: EBF Editora, jan.-jul. 2003. Mensal; SHOW GOSPEL, São Paulo: Nova Jerusalém, mar.-jul. 2003. Quadrimestral; REVISTA DO NOPEM, Rio de Janeiro: Nopem Editora, jan.-jul. 2003. Mensal.

4.2.5 Um discurso comum multiplicado

Outra forte característica do movimento de louvor e adoração é a promoção de treinamentos: cursos, seminários, congressos são realizados com a finalidade de formar e articular “verdadeiros adoradores”, segundo os organizadores. Isso significa capacitar tecnicamente para a prática musical, para expressões artísticas na liturgia e para a liderança musical nas comunidades religiosas, e oferecer embasamento teórico – bíblico e teológico – para esse trabalho.

Um dos primeiros eventos de treinamento e articulação foi o Encontro Nacional de Louvor Profético (1990). A média de participantes das últimas edições do evento é de três mil pessoas. A 13ª edição, em 2003, sob o tema “Louvor em Santidade”, contou com palestrantes destacados do movimento tais como Asaph Borba, Ezequiel Teixeira, Bené Gomes, Adhemar de Campos e David Quinlan. Todas as palestras são reproduzidas em vídeos e CDs e colocadas à venda para o público.²⁶⁹

Outro grupo pioneiro é a Associação dos Músicos Cristãos (AMC), que se apresenta como uma “associação de irmãos” que atuam no ministério de louvor e adoração “com reconhecimento na igreja brasileira”.²⁷⁰ A AMC tem entre os associados-fundadores, diretoria e conselheiros, nomes destacados dessa linha musical: Ademar de Campos, Asaph Borba, Bené Gomes, Guilherme Kerr Neto, Jorge Camargo e outros. Ela realiza, desde a sua fundação, o Salmus – Seminário de Adoração, Louvor e Música, e Encontros Regionais, que dão acesso aos conteúdos que desenvolve em várias cidades do Brasil. A partir da quarta edição, o Salmus passou a reunir uma média de mil pessoas, que buscavam cantar e ouvir palestras dos líderes que integram a associação. Os conteúdos trabalhados também são acessíveis ao público por meio da publicação de textos de seus integrantes. A editora W4 Endonet criou a “Coleção AMC de Louvor” e publicou, até 2003, trabalhos de Adhemar de Campos, Jorge Camargo, Massao Suguihara, Jônatas Liasch & Marcos Mônaco e Bob Fitts.

As gravadoras estadunidenses que vêm penetrando no mercado religioso brasileiro, voltadas para a linha dos ministérios de louvor e adoração, também têm investido em treinamento. A maioria das gravações da Integrity Music são feitas ao vivo em eventos de louvor e adoração

²⁶⁹ Cf. ENCONTRO NACIONAL DE LOUVOR PROFÉTICO. Disponível em: <http://www.louvorprofetico.com.br/historia.htm>. Acesso em: 3 set. 2003.

²⁷⁰ Cf. ASSOCIAÇÃO DE MÚSICOS CRISTÃOS. Disponível em: <http://www.uol.com.br/bibliaworld/amc>. Acesso em: 3 set. 2003.

que ela mesma promove.²⁷¹ Além disso, ela importou para o Brasil o modelo dos cursos de louvor e adoração que realiza nos Estados Unidos. Foi organizada uma versão do Instituto Integrity de Adoração – um curso para pastores, músicos e líderes de liturgia, em cinco módulos, cada um com treinamento intensivo de cinco dias – e das Conferências Anuais de Adoração e Adoradores.

A Vineyard Music iniciou os eventos de treinamento em 2002: as Conferências de Louvor e Adoração (até 2003 foram realizadas quatro, em diferentes locais do País, inclusive a Amazônia), os encontros “Derramar” e “Entrega” e os Musicamp, acampamentos anuais de treinamento para adolescentes e jovens, em parceria com a organização estadunidense King’s Kids, cuja versão brasileira intitula-se A Turma do Rei.²⁷² Os preletores desses eventos são integrantes das Igrejas Vineyard nos Estados Unidos e no Brasil. Vínculos foram criados no Brasil com a Missão Vencedores por Cristo.

Treinamento também tornou-se uma das prioridades do Ministério Diante do Trono nos últimos anos. Em 2000 foi criado o Centro de Formação Missionária Diante do Trono, que oferece curso anual em três módulos mais período prático e tem núcleos em mais seis cidades brasileiras. Anualmente o DT realiza o seminário dos representantes do Diante do Trono e o congresso internacional de louvor e adoração, que reúne centenas de pessoas. Em 2003 implementou uma nova atividade: o primeiro Acampamento Força Jovem, dirigido a adolescentes. A maior parte dos palestrantes integra o Ministério Diante do Trono e a Igreja Batista da Lagoinha, mas outras figuras de destaque no ministério de louvor e adoração são convidadas.

Os Ministérios Paixão, Fogo e Glória e Casa de Davi também realizam cursos, treinamentos e conferências na mesma linha dos outros eventos já descritos, e estão conquistando espaço e reconhecimento entre os “adoradores”. O Ministério Asas da Adoração criou a “Casa Adorando”, para formação de equipes de louvor das igrejas e músicos cristãos em geral. Até os grupos mais antigos como o Vencedores por Cristo atualizam-se e passam a realizar seminários e conferências de louvor e adoração. Estes são apenas destaques ilustrativos dos eventos que, a partir de 2000, tornaram-se um dos mais importantes veículos de disseminação

²⁷¹ No Brasil, foram realizadas quatro gravações: a primeira com Asaph Borba, no evento “Rio de Vida”, em Porto Alegre; a segunda com o grupo Diante do Trono, no evento “Aclame ao Senhor”, em Belo Horizonte; a terceira, com Ana Paula Valadão e Paul Wilbur, no evento “Shalom Jerusalém”; e a quarta com Cristina Mel e Paul Wilbur, no evento “Levanta-te, Jerusalém”. A cantora Aline Barros integra o *cast* da gravadora com dois álbuns gravados em espanhol, conforme descrito anteriormente. Cf. LOUVOR e adoração como prioridade. *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 10.

²⁷² Cf. VINEYARD MUSIC. Disponível em: <<http://www.vineyard.com.br/top5.asp#>>. Acesso em: 20 set. 2003.

da cultura *gospel* entre os evangélicos no Brasil.²⁷³ Os eventos descritos são realizados em nível nacional. Ao se folhearem as principais revistas *gospel* e acessar as principais páginas da internet, é possível identificar uma extensa lista de eventos e um amplo número de organizações que os promovem em nível regional (estados) e local (cidades).

Estes treinamentos são promovidos por diferentes grupos, mas possuem características similares: (1) como articuladores dos ministérios de louvor e adoração, procuram ter caráter supradenominacional e reúnem pessoas de diferentes denominações evangélicas; (2) ao voltarem-se para as lideranças de comunidades locais dessas denominações, adquirem caráter multiplicador; (3) trabalham os mesmos conteúdos, produzidos pelas mesmas lideranças – nomes de destaque no cenário *gospel* do louvor e adoração.

A título de exemplo, o quadro abaixo demonstra, na leitura horizontal, a similaridade dos temas das palestras desenvolvidas nos principais eventos de louvor e adoração nos anos de 2002 e 2003:

Encontro Nacional de Louvor e Adoração (média de 5.000 participantes por evento)	Salmus (média de 1.000 participantes por evento)	Congresso Diante do Trono (média de 3.000 participantes por evento)
O Ministério da Música na Igreja	Estruturando a Música na Igreja	
Um dos atributos de Deus: santidade Jesus e a essência da adoração A glória de Deus		Conhecer a Deus Vem, Senhor, te entronizamos
O caráter e o compromisso do músico	Adoração e Integridade Ética, Responsabilidades e Direitos na Música Cristã	
Edificando uma equipe de louvor	Liderando a Equipe de Louvor	
Ministração profética	A Música e o Músico como Instrumento de Evangelização	O poder do louvor Batalha espiritual
Músicos e o Espírito Santo Intimidade com Deus	Composição e Espiritualidade	A condição espiritual do adorador A importância da oração
Em submissão às lideranças	Discipulado na equipe de louvor	
Relacionamento entre o músico e o ministério pastoral	Princípios de Relacionamento entre Pastores e Músicos	

²⁷³ É importante destacar que este movimento cultural religioso é experimentado não só no Brasil mas também no continente latino-americano e caribenho. O personagem principal do cenário latino é Marcos Witt, vencedor do prêmio Grammy Latino, em 2003, na categoria Música Cristã. Marcos Witt é diretor da Canzion Producciones, que promove gravações musicais, publicações, apresentações públicas, eventos e um instituto de formação de adoradores. Além das quase duas dezenas de CDs gravados, ele tem diversos livros publicados, três deles em português – *Adoremos*, Editora Betânia; *Que fazemos com estes músicos?*, três edições, Editora W4 Endonet; *Acenda uma luz* (Biografia), Editora BV Films. O fato de ter conquistado o Prêmio Grammy Latino, divulgado mundialmente, deu a Marcos Witt a consolidação de grande líder *gospel* do Continente.

A similaridade dos conteúdos disseminados nos treinamentos promoveu a construção de um discurso comum. A forma de falar do divino e de relacionar-se com ele por meio da expressão musical é elaborada com elementos originados da doutrina pentecostal – tendência predominante entre as lideranças dos ministérios de louvor e adoração –, especialmente as ênfases intimistas na relação com o Espírito Santo, as Teologias da Prosperidade e da Guerra Espiritual.

O núcleo central do discurso de louvor e adoração é poder e soberania de Deus. Nesse sentido, são relacionadas a Deus palavras-chave como “rei/reinar”, “trono”, “coroa/coroar”, “majestade”, “glória”, “domínio”, “governo”. Há todo um embasamento bíblico concentrado no Antigo Testamento relacionado a uma tradição teológica do judaísmo sustentadora do templo e dos reis, que enfatizava essa compreensão de Deus “morador daquela cidade”, guerreiro defensor dela, “rei dos reis” e soberano sobre todos. A referência do Novo Testamento restringe-se ao livro do Apocalipse, que faz uso da linguagem mística dessa tradição a qual pode ser encontrada nas letras das músicas e no conteúdo das palestras apresentadas.

A noção contida nos Antigo e Novo Testamentos, do Deus servo, humilde, sofredor, dos pobres, é ignorada. Isso aparece principalmente nas canções, como aquelas cujas letras estão reproduzidas a seguir, bastante popularizadas entre as igrejas:

Exaltado
(Adhemar de Campos)

Ele é exaltado o Rei exaltado nos céus
Eu louvarei
Ele exaltado pra sempre exaltado
O seu nome louvarei
Ele é o Senhor
A verdade vai sempre reinar
Terra e céus
Glorificam seu Santo nome
Ele é exaltado
O rei é exaltado nos céus (Aleluia)
Ele é exaltado
O rei exaltado nos céus

Soberano
(Kleber Lucas)

Só Tu és digno de receber a honra,
o louvor e toda adoração
O domínio de todas as nações pertence a Ti
Rei Jesus
Só Tu es digno de receber a glória de receber
toda exaltação
Não há outro Deus tão digno de poder
entronizado nos louvores de Sião
Tu és soberano, és um Deus tremendo
E toda Terra está cheia da glória do Senhor

Outro núcleo do discurso reflete o que os adoradores almejam ao exaltarem o divino: a unção. Tomada da tradição dos tempos bíblicos, ela era um rito religioso consecratório, em que se utilizava óleo, pomada ou bálsamo a fim de se constituírem objetos como sagrados. Era também aplicada a pessoas – tradicionalmente, apenas o rei e o sumo-sacerdote – que

tornavam-se representantes consagrados de Deus, possuidores do seu espírito. Os profetas eram metaforicamente classificados como ungidos, por serem representantes de Deus. A mesma metáfora é utilizada entre os primeiros cristãos para designar a penetração da doutrina do Evangelho nos novos adeptos – há aqui a compreensão de uma unção espiritual ou a penetração do Espírito de Deus na pessoa que tem fé.²⁷⁴ A ênfase intimista e avivalista na relação com o Espírito Santo retrabalhou o sentido do termo para expressar a presença do Espírito Santo na vida de uma pessoa ou de um grupo de pessoas. Passa-se a classificar quem é e quem não é ungido pela qualidade da adoração. Além de a noção de unção estar presente em várias canções, ela é tema constante de orientações e “ministrações” dos líderes de louvor e adoração, como nos exemplos a seguir:

A adoração verdadeira, sincera e sem disfarces deve ser uma busca constante de todos que desejam desfrutar a intimidade com Cristo. No tempo de Moisés Deus enviava do céu o maná, que saciava a fome do Seu povo no deserto. Contudo, esse maná era um suprimento diário, deveria ser consumido todo naquele dia. Se o povo deixasse para o dia seguinte, aquele alimento ficava estragado. Assim é busca pela verdadeira adoração: uma prática diária. Nós também podemos receber do Pai o maná da **unção de adorador**, que vem pela intimidade com Ele. Um novo derramar, uma novidade de vida e de espírito, e isso precisa ser diário para não perdemos o vínculo com o Pai.²⁷⁵

Verdadeiro Adorador
(Alda Célia)

Pai sei que os teus olhos
estão sobre a terra a procurar
alguém que te adore em Espírito
alguém que te adore em verdade
Pai como achaste a Davi
vem e derrama sobre mim
o óleo precioso da unção
e me faz segundo o teu coração
ache em mim,
verdadeiro adorador
com vestes de louvor
quero contemplar teu rosto,
ó Pai
vem ungir,
minha oferta de amor
dou a ti meu coração
meu Deus, meu Pai

²⁷⁴ Cf. UNÇÃO. In: LÉON-DUFOUR, Xavier et al. (Diretor) *Vocabulário de Teologia Bíblica*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

²⁷⁵ INVESTINDO na Adoração. *Ministério Diante do Trono*, Matérias. Disponível em: <<http://www.diantedotrono.com.br/materia/default.asp>>. Acesso em: 3 set. 2003.

ache em mim
um verdadeiro adorador
é meu prazer te adorar Senhor, é meu prazer ministrar louvor

Essa unção traz conseqüências na compreensão *gospel*. A interpretação é que o ungido de Deus é revestido do poder de Deus e, como tal, torna-se mesmo como Deus, ou como “pequeno Deus”, como pregam os teólogos da prosperidade.²⁷⁶ Ou seja, quanto mais se adorar a Deus mais unção é recebida e conseqüentemente mais poder é dado ao adorador. Poder para quê? Principalmente para vencer as forças do mal, numa batalha espiritual que não tem fim até o dia do Juízo Final, defendem os pensadores do louvor e adoração. “Os verdadeiros adoradores são vitoriosos”, daí as palavras “guerra”, “batalha” e “vitória” serem expressões-chave no discurso *gospel*. Os exemplos a seguir, de canções popularizadas e literatura *gospel*, ilustram essa noção.

Nossa guerra não é carnal como também não o são nossas armas. Aqueles que pregam, erroneamente, sobre a teologia da libertação, o fazem sem um verdadeiro embasamento bíblico. (...) Ao cantarmos, falarmos ou declararmos louvores ao Senhor, expressamos, para as forças contrárias, as verdades que se encontram na Palavra. Estamos assim apontando mísseis e bombardeando o reino de nosso inimigo, lembrando-lhe que Jesus já triunfou sobre ele e que podemos exultar com a vitória dele. Não que o cântico em si tenha poder, já que ele é somente portador de algo que é muito mais poderoso, ou seja, a declaração da Palavra de Deus de que “Jesus Cristo é Rei”. (...)

Meu irmão, na próxima vez que for a um culto ou reunião, quando estiver louvando ao Senhor, lembre-se desse princípio para que seu louvor tome nova perspectiva e enfoque. Pense: “Ao cantar e louvar, entregando meu coração e minha vida ao Senhor, estou derrotando ainda mais o reino de Satanás. (...) É por isso que o diabo não gosta de adoradores, como também não quer que haja muitos, já que eles estão lhe causando uma destruição enorme.”²⁷⁷

Jeová é o teu cavaleiro
(Kleber Lucas)

Jeová é o teu cavaleiro, que cavalga para vencer
Todos os seus inimigos cairão diante de ti
Sobre tua vida, meu irmão, não vale encantamento
Sobre tua vida, meu irmão, está a bênção do Senhor
A força dos seus opressores, nunca te alcançará
Existe uma nuvem de glória,
existe uma chama que arde
No teu arraial ouvem-se vivas de júbilo

²⁷⁶ Cf. HAGIN, Kenneth E. *O Nome de Jesus*. Rio de Janeiro: Graça Editorial, 1988; GONDIM, Ricardo. *O Evangelho da nova era: análise e refutação bíblica da chamada teologia da prosperidade*. São Paulo: Abba Press, 1993.

²⁷⁷ WITT, Marcos. *Adoremos*. Belo Horizonte: Betânia, 2001. p. 36-38, 41.

Jeová é o teu cavaleiro, que cavalga para vencer
 Todos os seus inimigos cairão diante de ti

Nessa compreensão, o poder alcançado vence poderes malignos mas também serve para “abençoar” pessoas que carecem da unção. Isso significa que qualquer pessoa que seja uma “verdadeira adoradora” adquire poder, como representante de Deus, ou como “pequeno Deus”, para “dizer bem” ou “oferecer bem” a alguém. Aqui o significado religioso da bênção, construído na tradição cristã, ganha outro sentido. Na tradição bíblica, quem abençoa (dizer ou oferecer bem) é Deus, depois somente o pai de uma família, que é quem também tem o dom da vida. Os sacerdotes são os representantes consagrados que transmitem a bênção, que é de Deus. Na nova concepção, os adoradores tornam-se como Deus, já que têm o poder, não de transmitir a bênção, mas de abençoar. Esse sentido aparece em muitas canções utilizadas em momentos de culto nas igrejas para que pessoas abençoem outras.

Tua unção
 (Ronaldo Bezerra)

Derrama em mim a tua unção
 o teu poder o teu amor
 Eu quero ser Senhor
 um instrumento teu
 para abençoar toda Terra
 Eu quero ser Senhor
 um instrumento teu
 usa minha vida para o teu Louvor

Não vou calar meus lábios
 (Ministério Koinonia)

Não vou calar meus lábios vou profetizar
 Manifestar a graça e abençoar
 a quem Deus quer libertar
 Não vou calar meus lábios vou profetizar
 Manifestar a graça e abençoar a quem Deus
 quer libertar
 Sobre tua vida vou profetizar
 nenhuma maldição te alcançará
 Sei que Deus tem pra ti um manancial
 Cujas águas nunca faltarão
 Sei que Deus tem pra ti um manancial
 Cujas águas nunca secarão

Um terceiro núcleo do discurso de louvor e adoração é o da intimidade com Deus. Prega-se que um adorador deve ter intimidade com Deus comparada à intimidade namorado-namorada, noivo-noiva, marido-esposa, daí o recurso a palavras-chave como “apaixonar-se” (por Deus) e expressões dirigidas a Deus nos termos das clássicas declarações de amor entre amantes, tais como “você é tudo para mim”, “você é a razão da minha vida”, “te quero, preciso do teu calor”. Uma forte característica desse discurso é a menção quase inexistente do nome de Deus nas músicas: apesar de as músicas expressarem uma comunicação do adorador com Deus, ele é construído de forma que a mensagem pode ser facilmente utilizada numa comunicação em

que Deus fique de fora, que seja, por exemplo, entre uma mulher e um homem apaixonados, como se pode identificar nas letras de canções reproduzidas a seguir.

Razão de viver
(Melissa)

Minha razão de viver,
Meu maior prazer é te amar;
Nada me faz mais feliz
Que poder sentir você me tocar,
E o se "Espírito" em mim
Se mover
comover a minha emoção,
E o "Seu" amor invadir,
E a alegria fluir
Em meu coração.
Eu quero mais, muito mais
Do "Seu" amor.
Você é tudo pra mim, Senhor;
Eu quero mais, muito mais
Do "Seu" poder,
Você é a razão
Do meu viver.

Quero me apaixonar
(Diante do Trono)

Tenho saudades
saudades de ti
minha vontade é
voltar atrás onde caí
e recomeçar tudo de novo
e nunca mais deixar
meu coração se esfriar
te quero, preciso do teu calor
quero me apaixonar
por ti outra vez
quero me entregar
a ti mais e mais Senhor
leva-me de volta
ao meu primeiro amor
eu me arrependo, Senhor.

Outro núcleo do discurso comum consiste em repetir frases de auto-afirmação para si próprio ou para quem está perto. Orientações como “Repita bem alto: ‘eu sou filho de Deus’” ou “Vire-se para quem está ao seu lado e diga: ‘eu sou um vencedor em Cristo’”, ou ainda “Vamos declarar: x, y, z” [para Deus ou para quem está do lado] são prática comum em encontros de louvor e adoração. A técnica da repetição de frases de auto-afirmação é própria das técnicas de auto-ajuda muito em voga no campo secular e nas religiões esotéricas. Como alcançar sucesso profissional? Como enfrentar as mazelas da vida mantendo sempre um “pensamento positivo”? Qual a fórmula para se atingir um absoluto autocontrole da mente? Como se libertar da timidez, da ansiedade, do medo e do estresse cotidiano? Ou ainda como conquistar amigos e amantes? A busca das respostas a estas perguntas encontra-se em manuais, cursos e palestras oferecidos por profissionais que têm-se consagrado neste campo.²⁷⁸

Todo discurso de auto-ajuda é fundado na idéia de que é somente preciso acreditar que aquilo que se quer pode acontecer. As técnicas baseiam-se na valorização da estima do indivíduo, pregando a idéia de que o sucesso depende de ações que estão ao alcance de todos,

²⁷⁸ Um dos mais conceituados profissionais da auto-ajuda no Brasil é o dr. Lair Ribeiro, médico, autor de doze *best-sellers* no Brasil, onze deles traduzidos para outros idiomas. Lair Ribeiro oferece cursos e palestras presenciais e *on-line*. É amplo o número de profissionais no campo da psicologia, e também do marketing, da administração que mantém seus centros de apoio para auto-ajuda, auto-estima e sucesso profissional.

contrariando a própria realidade econômica e culturalmente competitiva e desigual de nossa sociedade. O discurso da auto-ajuda cabe no discurso religioso da prosperidade porque evoca certezas, não lida com dúvidas, vulnerabilidades ou insuficiências humanas. Num momento de incertezas e de busca de inclusão a qualquer custo, não é difícil explicar o sucesso do discurso da auto-ajuda tanto no campo secular quanto no campo religioso.

Essa interpretação é disseminada nos encontros de treinamento e nas concentrações de louvor e adoração e também por meio de literatura *gospel*, como no trecho a seguir.

Declarações: essa é outra área interessante do louvor, que vemos no Apocalipse. É importante aprender a utilizar a boca, a língua e a garganta que o Senhor nos deu, a fim de podermos declarar para o nosso inimigo, e também ao nosso irmão, verdades eternas e contundentes. Nos últimos anos em algumas igrejas tornou-se muito comum dizer-se “Diga para a pessoa que está do seu lado...” A razão pela qual temos este costume é justamente essa – declarar, com a boca, e perante o povo, como são grandes as maravilhas de Deus! Essa prática é muito boa porque recordamos uns aos outros que, em verdade, a graça e a misericórdia divinas para conosco têm sido abundantes.²⁷⁹

Há ainda as expressões-chave que se consolidaram como jargões do movimento *gospel* e da linha louvor e adoração. Uma delas é “ministrar”. Já que o louvor e a adoração passam a ser um ministério, os músicos e animadores musicais são “ministros” e devem portanto “ministrar” canções. Com isso, as expressões “cantar” ou “tocar” foram substituídas pela palavra “ministrar”. A palavra dá o caráter sacro, de unção a quem está envolvido com música em uma igreja ou por meio de uma carreira musical *gospel*.

Outro jargão consolidado é “louvor”, utilizado para expressar “música”, “canção” ou “hino”. Atualmente no cenário evangélico, não se canta mais uma música ou entoase um hino, mas “ministra-se um louvor”. Toda e qualquer música entoada ou instrumentalizada na liturgia ou em um espetáculo religioso é um “louvor”; ainda que seja uma canção de arrependimento ou de dedicação a Deus, a ela os grupos e mesmo o corpo pastoral referem-se como tal.

²⁷⁹ WITT, Marcos *Adoremos*. Belo Horizonte: Betânia, 2001. p. 147, 150.

Esse discurso comum dirigido ao público que participa das conferências, cursos e seminários de louvor e adoração, de caráter multiplicador, e também disseminado pela mídia evangélica, tornou-se base da linguagem da cultura *gospel* vivenciada nas igrejas locais. As expressões-chave estão nas músicas cantadas nas liturgias das igrejas, nos sermões e nas mensagens dirigidas ao público das reuniões evangélicas, o que será estudado mais adiante.

Em meio ao discurso interpretado e disseminado pelo movimento *gospel* como renovador, em forma de transformações inseridas no cenário evangélico, há outro que revela não transformação mas conservação. Nele se distingue a preservação de elementos da tradição puritana, do destino manifesto, pietista, sectária, fundamentalista e antiintelectualista, formadores da identidade evangélica brasileira. Isso está presente em canções, como a que possui a letra reproduzida a seguir, do novo grupo musical, lançado em 2003 pela MK Publicitá, “Quatro Por Um”:

Minha esperança

Não vivo o que o mundo diz
 Não faço o que o mundo faz
 Sou peregrino aqui cumprindo uma missão
 Pois Jesus Cristo me ungiu
 Para as boas novas proclamar
 Minha maior motivação
 É ter certeza do amanhã
 A minha esperança está em Cristo
 A minha esperança está em Cristo
 Eu não me guio por vista
 Eu me guio por Ele.

A linguagem tão marcada na tradição evangélica, “mundo”, para se referir ao espaço que não é o da igreja, dos salvos, daqueles que estão resguardados do mal e do pecado, é utilizada nesta canção ilustrativa. O dualismo “igreja-mundo” constituído como base da teologia e da ação dos evangélicos brasileiros é conservado ainda que em meio às transformações inseridas pela composição de melodias pop, entoadas por cantores pop.

A noção de que os que são “salvos em Cristo”, os que “não estão no mundo”, estão apenas de passagem nesta vida, “peregrinos”, que marca a hinologia clássica do protestantismo, ganha versão pop mas garante a mesma mensagem: “Para ser salvo por Deus, não se pode misturar com o mundo – há que se separar”.

Além de estar presente em canções, esse discurso aparece também, e principalmente, em “ministrações” dos líderes de louvor e adoração. Uma enfática abordagem gira em torno da

música, ao refazer as linhas divisórias entre o sagrado e o profano condenando a música secular e reforçando que os “verdadeiros adoradores” somente devem ouvir e cantar música religiosa, e, por conseguinte, somente sintonizar programação musical religiosa. Os discursos a seguir ilustram esta dimensão [grifos meus]:

Em shows musicais, nas discotecas, nos carnavais, trios-elétricos, etc, a influência da música tem sido trágica ao ponto de conduzir pessoas à depressões, tristezas, alcoolismo, drogas, sexo desenfreado, orgias, morte, etc. Diante destas realidades, **podemos definir a música profana, como uma música imoral.** Algumas de suas características são: nos afastam da adoração à Deus; não possuem princípios corretos; quebram os princípios da sociedade;

levam aos fracassos, a rebeldia, as imoralidades, divórcios, adultérios, suicídios, etc; estimulam a justiça do próprio homem; **levam uma adoração à Satanás. Um dos maiores projetos do diabo é "jogar lixo" em nossa mente. Sabendo que a música é um veículo de grande influência, ele usa este artifício para atingir as pessoas. O diabo é astuto e quer nos afastar da verdadeira adoração à Deus. Somos cegos quando não enxergamos que o diabo está preparando este terreno sutil através da música, e é isso o que ele tem feito com muitas pessoas. (...) A música mundana contém estas coisas mencionadas! Lembre-se, ela contém imoralidades! Temos uma "convicção" contra a fornicação, a avareza, o adultério, mas será que teremos a mesma "convicção" quanto a estas músicas que apóiam estes tipos de pecados aos quais o texto se refere? Não devemos dar lugar ao diabo (Ef. 4:27) para trabalhar em nossa mente através da música.**²⁸⁰

Podemos entender porque a música mundana é tão importante. Ela gera milhões e milhões de dólares em todo o mundo, é feita de forma muito perfeita, e **é um instrumento do diabo para ministrar coisas que nem alcançamos, para destruição e morte.** Isto acontece mesmo com músicas que achamos "bonitas".²⁸¹

Um trecho da “ministração” de Ana Paula Valadão, em apresentação do Ministério de Louvor Diante do Trono realizada na cidade de Brasília em julho de 2002, pode ser tomado como ilustração em relação a outros aspectos conservadores do modo de ser construído pela tradição protestante no Brasil [os grifos são meus e as indicações entre colchetes relatam reações e expressões que indicam o sentido que foi atribuído às palavras proferidas]²⁸²:

Deus reservou o Brasil para este avivamento dos últimos dias [a multidão grita “Amém”, “Aleluia”]. **Uma nação escravizada por tantos pecados e maldições. Uma nação chamada de Terceiro Mundo.** Será que alguma coisa boa pode sair do Brasil? Sim! [Ana Paula gargalha, a multidão responde com “Amém”, “Aleluia”] (...)

²⁸⁰ BEZERRA, Ronaldo. A influência da música. *Ronaldo Bezerra*, Estudos. Disponível em: <<http://www.ronaldobezerra.com.br>>. Acesso em: 3 set. 2003.

²⁸¹ XAVIER, Sóstenes Mendes. Formas de Louvor e Adoração no meio do culto a Deus. *Bible World Net*, Colunas. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/bibliaworld/musica/mp3/col03.htm>>. Acesso em: 7 out. 2003.

²⁸² Transliteração de: NOS braços do pai. Diante do Trono 5, ao vivo. Produção do Ministério de Louvor Diante do Trono. Belo Horizonte: Diante do Trono, 2002. 1 Videocassete (128 min.): VHS, NTSC, son, color.

Eu queria que você se ajoelhasse no seu lugar, se você puder fazer isto [a multidão se ajoelha bem como os músicos e cantores do palco]. Se você não pode ajoelhar o corpo, ajoelhe o coração. Mas eu quero que você saiba que nesta noite se prostra **diante do trono do Rei dos Reis**, do poder supremo que existe em Brasília, que é o poder de Deus, não o mesmo número de pessoas que veio aqui celebrar e se alegrar com o pentacampeonato de futebol, não são 500 mil pessoas, mas um milhão e 200 mil pessoas [a multidão grita “Amém”, “Aleluia”, bate palmas, urra] que se prostram neste solo, nesta noite derramam suas lágrimas [Ana Paula chora] (...) Você faça isto com toda intensidade, pedindo a Deus **“sara a nossa terra”** [Ana Paula chora copiosamente] (...)

[Entram duas mulheres de mãos dadas e se ajoelham atrás de Ana Paula – são as intercessoras – e colocam as mãos nos ombros dela, como que a sustentando, e Ana Paula inicia uma oração que vai durar 21 minutos. Uma música instrumental interpretada por bailarinos funciona como fundo para a oração, enquanto alguns integrantes do palco prostram-se de bruços no chão]. Perdoa, Senhor, as nossas igrejas regidas pela vontade dos homens [Neste início da oração, Ana Paula pára para chorar intensamente, grita, o que é acompanhado pela multidão, que também chora muito e grita. Ana Paula continua a oração com voz chorosa] (...)

Pela idolatria, Pai, perdoa, porque antes mesmo dos portugueses chegarem aqui, outros deuses eram cultuados. Tudo continuou do mesmo jeito, cada vez pior e até os nossos dias, pai, o nosso povo continua adorando deuses que não são. Deuses feitos pelas mãos dos homens, que não podem ouvir, que não podem falar, que nada podem fazer para nós. Perdoa-nos, Senhor, pois invocamos as trevas, **damos lugar em nossa terra, Senhor, à feitiçaria, ó Pai, para o culto aos demônios,** ó Deus. Olha, Pai, quantos sacrifícios, quanto preço, Senhor, para Satanás em nossa terra. Perdoa a cegueira, Senhor, e a **prostituição espiritual de nossa nação.** Por **entronizarmos, Senhor, potestades** que são falsas que são maus, enganadores, e só sabem sugar o nosso povo. Perdoa-nos, Senhor, e muda a nossa história. Abra os olhos do nosso povo. Que nas ruas possamos celebrar o Deus vivo e verdadeiro. **Que os nossos feriados sejam mudados, ó Pai, muda a nossa história.** Pai, nós temos sido conhecidos como uma nação sensual. Quanto turismo, Senhor, pornográfico acontece aqui no Brasil. **Pai, a imagem que sai no cartão postal, que sai daqui é o Carnaval** [Ana Paula volta a chorar mais intensamente. A música torna-se mais intensa].

Tem misericórdia, ó Pai, perdoa-nos. Faça do Brasil uma terra santa, uma terra de famílias restauradas, uma terra de famílias curadas, onde não haja adultério, onde não exista a prostituição, o abuso, Senhor, a perversão. Pai, perdoa-nos, **muda as vestes do nosso povo,** das nossas mulheres, dos homens, restaura, Senhor, a sexualidade do povo brasileiro para uma sexualidade santa, Senhor, de homens e mulheres para a tua glória. (...)

Pai, não estamos aqui em vão, ó Pai. Estamos em um ano eleitoral. Muda os rumos da nossa nação. **Destitui aqueles que servem às trevas e coloca servos teus. Feliz é a nação que tem os seus governantes tementes ao Senhor.** (...) **Desde o tempo que os índios viviam aqui. Desde os 500 e tantos anos atrás tudo tem piorado.** Quanta violência, Senhor. Vai quebrando, Senhor, as maldições desde o nosso passado até os nossos dias. [As mulheres que estão atrás se levantam. Ana Paula faz silêncio por alguns instantes e a música de fundo continua. Ana Paula convida a multidão para

clamar, cada um por sua cidade e pelo Brasil. A seguir o grupo vocal volta a cantar uma canção de nome “Brasil”, que prega o avivamento do País e a sua mudança de rumos].

Com a mesma linguagem presente no Antigo Testamento, relacionada à tradição teológica monárquica do judaísmo (“diante do trono do Rei dos Reis”, “entronizamos potestades...”), reforçada por expressões próprias das reuniões avivalistas (o ato de prostrar-se, o choro, os gritos e urros), é nítido o apelo à oposição que os evangélicos têm que fazer perante as tradições indígenas, afro-brasileiras e católico-romanas. Isso deve se tornar explícito também para com manifestações culturais brasileiras expressas na forma de vestir e em festas como o Carnaval, colocadas como sinônimos de prostituição. O discurso revela uma culpa atribuída aos próprios evangélicos que permitiram ao longo da história o predomínio destas tradições, o que pode ser superado se houver avivamento e a eleição de um governante evangélico (importa lembrar que, à época, Anthony Garotinho concorria à eleição para a Presidência da República como candidato evangélico).

Outro trecho ilustrativo, de orientação produzida para “adoradores” nas igrejas por líder *gospel*, revela o antiintelectualismo e a desqualificação da elaboração teológica, característicos da tradição protestante brasileira. A noção, trazida com os missionários estadunidenses no século XIX e que consolidou-se entre os evangélicos brasileiros, enfatiza a experiência e a intimidade com Deus como elementos suficientes para se alcançar o verdadeiro conhecimento de Deus e servi-lo. Trata-se de uma compreensão que coloca a teologia e os estudos teológicos como limitadores e ameaçadores da fé, como neste trecho destacado [grifos meus]:

Quem pode estudar Deus? Como pode o finito definir o infinito? Teologia é uma palavra que vem do grego Theos = Deus + Loghia = estudo. (...) Podemos nos deparar com sábios estudiosos e nos impressionarmos com o conhecimento intelectual de alguém, porém, "loucamente", isso não tem valor. Podemos nos deparar com um homem ou uma mulher simples, desprovidos de cultura ou recursos materiais, mas que estão na presença do Poderoso em adoração genuína, e portanto são mais sábios.

Quando começamos a buscar na Bíblia, pela unção e ensinamento do Espírito Santo, o conhecimento do Senhor, então o próprio Espírito nos leva a conferir o que está escrito pessoalmente diante Dele. Descobrimos detalhes do Senhor em Sua Palavra, muitas vezes com a ajuda de Seus servos, livros, CDs, ministrações... e o Senhor nos leva a contemplar tudo, como experiência fundamentada, gerando vida em nosso espírito, transformando informações em poder, no momento de íntima comunhão com Deus em adoração.

(...) A verdadeira Teologia, ou o real conhecimento de Deus não se dá sem

intimidade. Assim o é em qualquer exemplo de relacionamento. Intimidade é relacionamento profundo, com total liberdade, sem raciocínios limitantes. A intimidade nos leva a uma adoração cada vez mais intensa. A intimidade em adoração nos leva a um conhecimento cada vez maior de Deus, que somado ao estudo LOGOS, se torna fonte de poder e unção. Quando passamos por Suas "Portas", e os Seus "Átrios", O conhecemos mais, até a adoração no Santíssimo.²⁸³

No que foi estudado, pode-se ter uma compreensão preliminar de que há uma distância entre as duas expressões musicais *gospel* – a dos artistas e a de louvor e adoração. Seriam movimentos quase antagônicos, com críticas explicitadas e casos, até mesmo, de conversão de um para o outro. No entanto, entre as duas formas de expressão pela música que dão forma à cultura *gospel*, mais do que desencontros, há convergências: (1) buscam adaptação ao “moderno” – ritmos, tecnologia e consumo; (2) possuem uma teologia comum – que traz elementos novos, contextualizados com as noções próprias do momento sócio-histórico e religioso e, ao mesmo tempo, aspectos da tradição protestante brasileira construída a partir da ação dos missionários estadunidenses no século XIX. Por isso, disseminam, por meio de estratégias diferentes, um modelo padrão de falar do divino e relacionar-se com ele; e (3) o mercado fonográfico é um ponto onde todos acabam se encontrando, é garantia de disseminação da imagem e da proposta dessas diferentes expressões musicais.

Essas convergências aparecem algumas vezes no próprio discurso dos adoradores, aqueles que querem mais fortemente demarcar diferença em relação aos artistas. O discurso de Massao Suguihara, músico ex-integrante do Vencedores por Cristo, hoje conferencista de conteúdos na linha do louvor e adoração, é exemplo. Ao referir-se, em texto de um livro, à postura correta de um “ministro de louvor” na igreja, ele troca a palavra “altar”, que seria a apropriada relacionada ao local onde os grupos musicais freqüentemente atuam, por “palco”, mais adequada para espaços de espetáculos [grifos meus]:

Os momentos que antecedem a ministração do louvor na igreja são muito complicados: chegamos para a reunião do louvor e ao olharmos para o **palco**, lá na frente, percebemos que ali é o nosso campo de batalha onde teremos de enfrentar as nossas vaidade e soberba, e aí oramos: Senhor, estamos fazendo tudo isso para a tua glória... Será? Será que quando estamos lá no **palco da igreja ministrando o louvor**, de fato estamos ministrando para a glória de Deus? Posso dizer para vocês que muitas vezes, quando estou ministrando o louvor, meu coração fica muito mais preocupado com a minha performance do que com a glória de Deus... Como isto é difícil! Acho

²⁸³ XAVIER, Sóstenes Mendes. Os adoradores e a Teologia. *Bible World Net*, Colunas. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/bibliaworld/musica/mp3/col03.htm>>. Acesso em: 7 out. 2003.

que precisamos ser mais sinceros, porque muitas vezes, dizemos que estamos fazendo para o Senhor, mas no fundo do coração fazemos para nós mesmos. Neste momento somos inundados por uma total falta de integridade em nosso coração.²⁸⁴

Os ministérios de louvor e adoração são avaliados, em geral, pelos evangélicos como grupos que possuem unção. Ouvir o CD e cantar as músicas, participar das conferências e cursos promovidos por eles, é buscar a mesma unção. Sucesso e fama, por sua vez, não são interpretados negativamente; não são resultado do trabalho dos artistas unicamente, mas dons concedidos pelo divino para serem colocados em seu serviço. Daí o poder da música. Comprar o CD, ouvir a rádio e participar do show é fazer parte deste processo. Assim se constrói a cultura *gospel*.

²⁸⁴ SUGUIHARA, Massao. *Adoração e Integridade*. São Paulo: W4Endonet, 2002. (AMC de Louvor). p. 34.

CAPÍTULO 5

CONSUMO E ENTRETENIMENTO: RITOS QUE PRODUZEM SENTIDO

O duo consumo-entretenimento é um aspecto conformador da cultura do mercado, hegemônica nestes primórdios do século XXI. Ao lado da mídia, os espaços de consumo de bens e entretenimento apresentam-se na contemporaneidade como principal alternativa de lazer e diversão, itens que têm ocupado lugar significativo na vida cotidiana. Afinal, é grande o esforço para sobreviver num sistema cuja lógica é excludente, o que provoca desgastes físicos e emocionais nas pessoas que buscam em seu tempo livre uma compensação, um alívio.

De acordo com esse sistema, acessar o aparato eletrônico e sua programação e circular pelos espaços de oferta de bens e cultura, é encontrar conforto para o estresse das lutas diárias, ao mesmo tempo em que também incluir-se na modernidade e produzir sentidos para a existência tanto na esfera privada quanto pública. Ter acesso à tecnologia e consumir é ser cidadão.²⁸⁵

A cultura *gospel*, conforme já referido, acompanha esse fluxo. Ela está aqui sendo compreendida como um modo de vida religioso evangélico, configurado a partir das vivências construídas com base na expressão musical mas também do entretenimento e do consumo. No *gospel*, o duo consumo-entretenimento leva a expressão cultural para além da música e a

²⁸⁵ Cf. CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996; ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

transforma num modo de vida, cuja forte marca é a inserção no mundo moderno. Analisar este universo é desafio dos mais significativos. Conforme já descrito no Capítulo 2 deste trabalho, a mídia e o mercado evangélicos estão em ampla ascensão. Para a análise que se segue neste capítulo, foram escolhidas as principais expressões de cada elemento do duo, com base no alcance de público e volume de vendas. Com a análise pretende-se aprofundar a afirmação de que o consumo e o entretenimento são elementos constituidores de um modo de vida – um modo de ser *gospel*.

5.1. Cristãos: segmento de mercado

Na lógica da cultura do mercado, consumir bens e serviços é ser cidadão; na lógica da cultura *gospel*, consumir bens e serviços religiosos é ser cidadão do Reino de Deus. Nesse caso, o consumo não é apenas uma ação que responde à lógica do mercado mas constitui elemento produtor de valores e sentidos religiosos.

A Feira do Consumidor Cristão é aqui tomada como ilustração desta premissa. É um evento produzido pela EBF Eventos, uma empresa de marketing cristão de propriedade de membros da Igreja Batista em Atibaia (SP). Ela lançou-se no mercado em 2001, como editora por meio da publicação de livros, de duas revistas – *Consumidor Cristão* e *Lar Cristão* –, da produção de vídeos e como representante exclusiva no Brasil da *DaySpring Cards*, maior empresa de cartões religiosos do mundo, presente em 75 países. Na definição da sua “missão”, procura demarcar a diferença que quer fazer no mercado, como uma empresa cristã: “Formar, informar e transformar a família brasileira através de produtos de qualidade de acordo com os mais elevados conceitos éticos e cristãos”.²⁸⁶

A originalidade da EBF Editora está na publicação da revista *Consumidor Cristão*. Editada mensalmente, com tiragem de 40 mil exemplares, foi pioneira ao se voltar para o público que faz os negócios do mercado cristão – empresários, lojistas e executivos cristãos.

Consumidor Cristão é a primeira revista de negócios do mercado cristão. A surpresa e o contentamento da EBF é que houve uma aceitação imediata no mercado. Enquanto você vê várias revistas para o consumidor final, como a *Lar Cristão*, que é nossa, a *Eclésia*, a *Enfoque Gospel*, há muitas... Atualmente quase toda denominação tem a sua revista: tem a *Graça*, tem a *Gospel*... cada uma lidando com a sua comunidade. E a *Consumidor Cristão*, o diferencial dela, é que ela pegou todo mundo e jogou na revista junto, e se tornou quase que um catálogo direcionado para livreiros, supermercados, líderes de igreja. Isso que fez o diferencial da revista. A gente colocou todo mundo na revista para anunciar os seus produtos. Por isso que a gente

²⁸⁶ EBF EDITORA. Disponível em: <<http://www.ebfeditora.com.br>>. Acesso em: 1 jul. 2003.

acredita que deu certo porque a gente tem todas as edições, a gente não parou um mês e a revista está cheia de anúncios. E esse é o objetivo da revista. 60% publicidade e 40% editorial e mesmo o editorial está voltado para os lançamentos.²⁸⁷

Note-se que a palavra “cristão” é cuidadosamente mencionada pelos diretores da EBF. Opta-se por ela e não pela palavra “evangélico” para falar do mercado e do segmento, apesar de ser a EBF uma empresa dirigida por evangélicos.

[Os nossos diretores] preocupam-se em não entrar em polêmica entre católicos e evangélicos e nem entre os próprios evangélicos. A questão é Jesus Cristo e pronto... Existe a Bíblia e cada um que pegue esta informação e faça o que quiser. Isto porque, em essência, o dono da empresa não é pastor, não é teólogo. Ele é um empresário. Ele quer servir à Igreja como um todo, dando o material para que esta igreja possa ter subsídios para fazer a interpretação que ela quiser... Esta é uma empresa de cristãos, mas ela não é uma missão. O proprietário é cristão, é da Igreja Batista. Entre os funcionários há católicos e cristãos (*sic*) – a gente tem uma preocupação de não ter um funcionário católico ou cristão (*sic*), mas que ele tenha ao menos uma sensibilidade em relação às coisas espirituais no sentido de o que ele vai tratar com o cliente. Nosso cliente é específico. O que a gente exige não é que ele seja uma coisa ou outra mas ele tem que ter uma sensibilidade para esse universo.²⁸⁸

Por isso o título da revista é *Consumidor Cristão* e apresenta produtos originados das diferentes confissões cristãs – evangélicas e católica. Nas seções da revista, entrevistas, reportagens, artigos, agenda de eventos, *ranking* dos produtos mais vendidos, conteúdos voltados para a informação e para a formação dos empresários, lojistas e executivos cristãos. A compreensão que permeia os conteúdos, a partir de pesquisas, é de que o consumidor cristão brasileiro é fiel (quando gosta de um produto, torna-se consumidor dele e permanece como tal) e conservador (não gasta o seu dinheiro com produtos que não lhe tragam benefícios – ele poupa mais do que gasta – mas, ao comprar, tem o dinheiro voltado para a família), mas busca inserção na modernidade.

[O consumidor brasileiro] não parou no tempo, e está pronto para conhecer novidades – eventualmente, até aderir a elas. (...) Fica para as empresas com tradição no mercado, o alerta para que continuem dinâmicas e modernas, sempre buscando a compreensão do universo no qual atuam, antecipando-se às variações nos gostos e tendências do consumidor.²⁸⁹

O sucesso da revista gerou a iniciativa de realização de uma feira de negócios do mercado cristão, até então inédita no País. Para tanto, foi criada uma nova empresa, a EBF Eventos S/C

²⁸⁷ KRAUSS, Carla. Entrevista da assessora de comunicação da EBF Eventos concedida a Magali do Nascimento Cunha durante a 1ª FICOC. São Paulo, 20 set. 2002.

²⁸⁸ Id. *ibidem*.

²⁸⁹ SOUZA, Osmar. Antiguidade deixou de ser posto. *Consumidor Cristão*, Atibaia, n. 7, mai. 2002, p. 4.

Ltda, que promoveu a Feira Internacional do Consumidor Cristão (FICOC), em setembro de 2002, com vistas à consolidação dos cristãos como um segmento de mercado. Naquele ano, sessenta empresas apresentaram seus produtos no centro de exposições Expo Mart, na cidade de São Paulo, para mais de 3.500 visitantes, com negociações que giraram em torno de dois milhões de reais. O sucesso da empreitada levou a uma segunda edição em setembro 2003, com aumento do período de exposição de três para seis dias. Nela, 150 empresas apresentaram produtos para cerca de 31 mil visitantes, dentre eles 4,3 mil compradores e distribuidores, 5,3 mil líderes de diversas denominações e cerca de 20 mil consumidores finais. A 2ª FICOC movimentou dez milhões de reais e a estimativa dos organizadores é de que nos doze meses seguintes à feira serão gerados mais 20 milhões de reais em novos negócios.²⁹⁰

5.1.1 “Consumir não é pecado”

Visitar a FICOC é respirar cultura *gospel*. Stands com uma variedade de ofertas de produtos (livros, revistas e outros impressos, CDs, vídeos, CD-roms, DVDs, roupas e objetos de uso pessoal, cosméticos, objetos rituais, produtos alimentícios, brinquedos, material escolar e de papelaria, instrumentos musicais, equipamentos eletroeletrônicos) e serviços (seguradoras, bancos, cartões de crédito, gráficas, empresas de turismo, buffets para festas e outros), tudo leva a marca “*gospel*”, “cristão”, “evangélico”, “Jesus” ou alguma expressão religiosa no hebraico ou grego. Eventos paralelos tais como cultos, palestras sobre temas relacionados a marketing pessoal e institucional, espetáculos musicais também acontecem.

Os produtos são codificados e decodificados como mediações com o sagrado – é por meio deles que cristãos estariam mais próximos de Deus.

“Cristão” é hoje uma logomarca. Esta logomarca leva o consumidor cristão a sentir o desejo de consumir o produto. Temos os telefones Motorola, Nokia, LG, mas o produto da Ericsson, o aparelho que é destinado para esse mercado, com mensagem bíblica, palavra, música (há seis opções de hinos para a chamada)... o cristão em si gosta de tudo o que é relacionado ao seu mundo, o atrai... Hoje se fala de crises pelas quais as pessoas passam no que diz respeito à parte financeira. No religioso, por poupar, ou porque ele economiza, o consumidor investe naquilo que dá retorno para ele e para a família: tem o valor religioso, o valor simbólico no produto.²⁹¹

²⁹⁰ FEIRA do Consumidor Cristão movimenta 3,5 milhões de dólares. *Serviço de Notícias ALC*, Lima, 16 out. 2003. Boletim Eletrônico recebido por claudomaga@uol.com.br em 16 out. 2003.

²⁹¹ CALISSI, Eduardo Pacheco. Entrevista do diretor da EBF Eventos concedida a Magali do Nascimento Cunha durante a 1ª FICOC. São Paulo, 20 set. 2002.

O mercado, portanto, funciona como pano de fundo para algo que é considerado maior: o cultivo da fé.

Quando a gente coloca “consumo” e “cristão” juntos, parece que dá uma pane, mas na verdade, a gente compra roupa, a gente vai a supermercado, a gente vai a lojas, shopping... todo mundo vai, cristão ou não-cristão, todo mundo vai. Todo mundo vai ao cinema, compra televisão, compra microondas... por que não pode então comprar uma Bíblia, um CD, um vídeo, segmentado, que está de acordo com a sua fé? Então a gente está lidando com uma questão conceitual aí. Na verdade ele já faz tudo isto, só que a gente está falando: “olha, consumir não é pecado”...²⁹²

Os consumidores evangélicos parecem responder positivamente a esse apelo, ao interpretarem que aquilo que adquirem os coloca mais próximos do divino, pois são produtos consagrados por Deus e para Deus. Tornou-se comum nos últimos anos, por exemplo, evangélicos darem visibilidade a essa crença e colocarem nos produtos que adquirem um adesivo com as frases “Propriedade exclusiva de Jesus” ou “A serviço do Rei”. Nesse modo, diz-se buscar “testemunhar” (tornar público) que o dono do bem (o consumidor) é cristão. No entanto, o discurso diz mais: com o adesivo, a pessoa está mostrando que adquirir o bem (ou seja, buscar inclusão no sistema) é sinal da presença de Deus (bênção) na sua vida (Teologia da Prosperidade) e, como gratidão, ele é algo, então, consagrado a Deus.

Outro exemplo são os depoimentos de pessoas que se dizem “abençoadas” por adquirirem um produto do segmento cristão. As seções de cartas dos leitores das revistas evangélicas são fontes férteis.

Tenho 63 anos e há 36 anos sou assinante de *Ultimato*. Mais da metade da minha vida usufruindo as bênçãos de Deus por meio da sua leitura. Como diz o apóstolo “por esta causa ponho-me de joelhos” e rogo diariamente por este ministério e por toda a sua equipe. *Oswaldo Augusto da Silva, Uberlândia/MG*.²⁹³

Todas as reportagens têm me abençoado muito. (...) Quero parabenizá-los e pedir a Deus que continue os abençoando cada vez mais, para que possamos continuar usufruindo desta grande dádiva. *Fátima, Calcule/BA*²⁹⁴

5.1.2 Sociedade com Deus

Além do cultivo da fé, no consumo religioso cristão há um valor simbólico para os empresários, que reside na propagação da fé por meio dos produtos, ou seja, a realização da missão, da “Grande Comissão”:

²⁹² CALISSI, Eduardo Pacheco. Entrevista do diretor da EBF Eventos concedida a Magali do Nascimento Cunha durante a 1ª FICOC. São Paulo, 20 set. 2002.

²⁹³ DE bem com *Ultimato* há 36 anos. *Ultimato*, Viçosa, n. 284, set-out 2003, Cartas, p. 12.

²⁹⁴ CAROS irmãos em Cristo. *Lar Cristão*, Atibaia, n. 75, set. 2003, Carta do Leitor, p. 6.

Nossos produtos têm que estar nas livrarias seculares, nos supermercados... Nós temos bons produtos que valorizam a família. Você vai numa loja de conveniência e vai encontrar camisinha, espermicida, revista de mulher pelada ... Nós temos mulheres e filhos, nossos parentes... nós vivemos no nosso meio [cristão], nessa comunidade da moral da ética. Nós temos que colocar os nossos produtos no mercado secular.²⁹⁵

Pode parecer um discurso ingênuo ou demagógico, mas a verdade é que quase todos os que trabalham com artigos cristãos sentem-se príncipes da Grande Comissão, razão de ser da Igreja de Cristo. (...) A maioria das empresas e dos lojistas cristãos é muito rigorosa com aquilo que negocia. Se determinado produto ou algum tipo de serviço não promove o Reino de Deus, direta ou indiretamente, não sobrevive.²⁹⁶

O discurso entre os empresários cristãos de que seu negócio é um “ministério” não é novidade. Em décadas passadas, era comum ouvir depoimentos como “Nunca tive um centavo de lucro. (...) O importante são os testemunhos das pessoas que têm sido abençoadas pela literatura cristã que comercializamos”.²⁹⁷ O que marca o novo momento do mercado cristão é que lucro e sucesso nos negócios tornam-se valor e sinal da ação de Deus na empresa cristã, conforme assinala o responsável pela área de marketing e comunicação da Editora Vida, Sérgio Pavarini:

Temos oportunidades inigualáveis de testemunhar que a mente de Cristo (I Coríntios 2.16) faz diferença efetiva na administração do talento-negócio que nos foi confiado. (...) Há um campo imenso a ser ceifado. A ordem de Jesus ainda permanece clara e incisiva: “Abram os olhos e vejam os campos! Eles estão maduros para a colheita (João 4.35). (...) Uma livraria cristã não deve incorrer no risco de optar entre “ministério” ou “negócio”. Ambos os fatores devem estar presentes, bem como o lucro. Administração ineficiente é mau testemunho para empresas ainda mais para ministérios. É fácil dizer que Deus é sócio em um empreendimento. O difícil é fornecer uma explicação plausível quando a empresa vai mal e caminha em direção à falência. (...) Não esmoreça no intento de honrar o Nome santo de seu sócio. As mãos divinas estão postas sobre as suas.”²⁹⁸

Observa-se que não há qualquer constrangimento em se tratar os produtos como tais e como parte do mercado. Os consumidores e os empresários cristãos são interpretados como um segmento de mercado que deve seguir a lógica do mercado e da modernização a partir da ética cristã:

²⁹⁵ CALISSI, Eduardo Pacheco. Entrevista do diretor da EBF Eventos concedida a Magali do Nascimento Cunha durante a 1ª FICOC. São Paulo, 20 set. 2002.

²⁹⁶ TUDO de bom... e mais alguma coisa. *Consumidor Cristão*, Atibaia, n. 23, set. 2003, p. 12.

²⁹⁷ Depoimento anônimo reproduzido no artigo de PAVARINI, Sérgio. Livraria cristã: negócio ou ministério? *Consumidor Cristão*, 1 (7), 2002, p. 38.

²⁹⁸ Id. *ibid.*

É mercado, temos esta consciência. E este mercado já se renovou. Esta feira [a FICOC] é para chamar os executivos para estarem interagindo. Eles têm que se integrar neste mundo moderno, que não é difícil, o custo-benefício prevalece muito mais para o investidor.²⁹⁹

Os visitantes e os expositores da FICOC reconhecem esta “missão” e reafirmam o valor da promoção do consumo religioso em seus depoimentos:

É muito bom uma feira desta para os cristãos. Seria muito bom se todo mundo pudesse vir. Acho que todo mundo tem o seu trabalho, tem o seu material e acaba virando comércio, mas não que estejam fazendo o Evangelho de comércio, não é por aí. *Denise Siqueira, Igreja Universal dos Filhos de Deus.*³⁰⁰

É importante que este local aqui seja realmente um celeiro onde as pessoas possam vir, levar [o CD “Quero me Apaixonar”, do Ministério Diante do Trono], porque a mensagem que está ali é uma mensagem abençoadora, uma mensagem que traz cura, alegria, reconciliação, então [este produto] é uma expressão da bondade de Deus para conosco. *Márcio Valadão, pastor da Igreja Batista da Lagoinha.*³⁰¹

Foi simplesmente fantástica esta iniciativa. Cantar para quem vende meus CDs é muito importante para o artista cristão. Eles estão vendo o meu trabalho, podem testemunhar a minha dedicação. Precisamos crer mais, e aí as coisas acontecem. Fui obediente e esperançoso, e agora estou seguindo o plano de Deus. *Dudu França, cantor e compositor gospel.*³⁰²

Mesmo sendo a primeira, já conseguiu reunir confissões cristãs diferentes, e isso não é tão fácil, sobretudo aqui no Brasil. Isso é um testemunho positivo de que nós cristãos temos já espaços grandes que podemos colaborar muito mais do que estamos fazendo hoje também em outras áreas. Para mim foi uma bela surpresa. *Cláudio Hummes, arcebispo de São Paulo, Igreja Católica Romana.*³⁰³

O depoimento de Dom Cláudio Hummes ressalta outro elemento do consumo “consagrado”: ele possibilita até a quebra de barreiras confessionais e aproximações difíceis entre evangélicos e católicos romanos, por exemplo.

A FICOC quer consolidar não o segmento evangélico, mas o religioso. Não uma identificação dos evangélicos, que é uma palavra que limita o mercado, mas do religioso, do cristão religioso. Porque a gente não consegue mais desvincular no nosso próprio país, na nossa própria origem... o nosso pessoal é todo religioso. A nossa base religiosa é católica? Sim! Evangélica? Hoje também muito mais. Mas os dois segmentos têm que trabalhar juntos, eles não conseguem se distanciar. Temos um exemplo aqui [na FICOC] de que a própria Editora Loyola que é católica está em parceria no mesmo local com a

²⁹⁹ CALISSI, Eduardo Pacheco. Entrevista do diretor da EBF Eventos concedida a Magali do Nascimento Cunha durante a 1ª FICOC. São Paulo, 20 set. 2002.

³⁰⁰ DEPOIMENTO a Magali do Nascimento Cunha. II Feira do Consumidor Cristão, São Paulo, 25 set. 2003.

³⁰¹ Ibidem.

³⁰² FICOC. *EBF Eventos*. Disponível em: <<http://www.ebfeventos.com.br>>. Acesso em: 13 fev. 2003.

³⁰³ FICOC. *EBF Eventos*. Disponível em: <<http://www.ebfeventos.com.br>>. Acesso em: 13 fev. 2003.

Editora Vida que é evangélica. Quer dizer, a parte dogmática, ela existe, existem as restrições, existem os diferenciais – as nuances são grandes. Na parte comercial, já não tem acontecido isso. E assim, cria-se uma comunidade de consumidores, altamente consumidora, de baixa inadimplência e de escassos recursos.³⁰⁴

Comunidade de consumidores com quebra de barreiras confessionais. Se o ecumenismo é uma proposta ainda controversa no campo eclesiástico, diante da história cheia de tensões entre católico-romanos e evangélicos no Brasil (conforme estudado no Capítulo 2 deste trabalho), a cultura *gospel* possibilita a sua realização, entretanto por um viés um tanto distante das propostas originais do movimento ecumênico, centradas na responsabilidade social dos cristãos, com questionamento da ordem socioeconômica vigente, e na unidade na solidariedade com grupos e culturas excluídos do sistema. O viés aqui é o consumo de produtos, serviços e lazer.³⁰⁵

O fato de os cristãos terem-se tornado um segmento de mercado já pode ser identificado na programação da mídia religiosa eletrônica, o que muda a relação dos produtores religiosos com os meios.

5.1.3 Mídia evangélica: mediação do consumo

A ampliação da presença dos evangélicos na mídia a partir dos anos 90 já foi tema do Capítulo 2 deste trabalho. A ênfase no consumo e o novo tratamento destinado aos cristãos como segmento de mercado dão à mídia evangélica um novo caráter e um novo papel. Algumas características da relação entre evangélicos e mídia no presente ilustram tal perfil:

- (1) Entre os anos 60 e 80, os programas evangélicos de rádio e TV privilegiavam os cultos e as pregações, com ênfase nas experiências de cura e de exorcismo e na proposta de salvação em Jesus Cristo.³⁰⁶ Hoje, a programação é variada e adaptada à dinâmica dos programas seculares (busca da modernidade), com ênfase no entretenimento. A cura, o exorcismo e a pregação da salvação em Cristo já não mais predominam; cedem espaço ao entretenimento. Na TV, exibem-se os clipes e os shows musicais, filmes bíblicos,

³⁰⁴ CALISSI, Eduardo Pacheco. Entrevista do diretor da EBF Eventos concedida a Magali do Nascimento Cunha durante a 1ª FICOC. São Paulo, 20 set. 2002. Na 2ª FICOC as empresas católico-romanas não se fizeram presentes. Indagados sobre a razão da ausência, os organizadores lamentaram e justificaram com a realização de uma feira de editoras voltadas para o público católico-romano na semana anterior à FICOC – as empresas católico-romanas teriam dado prioridade a essa feira e não reuniram condições de participar de dois grandes eventos em duas semanas seguidas.

³⁰⁵ Sobre as propostas originais do movimento ecumênico, ver, dentre outros, SANTA ANA, Julio. *Ecumenismo e Libertação*: reflexão sobre a relação entre unidade cristã e o Reino de Deus. Petrópolis: Vozes, 1987.

³⁰⁶ Cf. ASSMANN, Hugo. *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina*. Petrópolis/São Paulo: Vozes/WACC, 1986.

programas de auditório, de entrevistas e debates. Nas rádios FM, o modelo é o mesmo das seculares: música na maior parte da grade, entrevistas, debates, jornalismo (menor parte), *quiz* e distribuição de brindes para os ouvintes. Tanto na TV quanto no rádio, o conteúdo troca o eixo salvação-milagres-coleta de fundos pela ênfase na pregação da prosperidade econômico-financeira como bênção de Deus e a da guerra espiritual e oferece também respostas religiosas para questões atuais como depressão, estresse, drogas, crises familiares. A mídia impressa procura acompanhar esse processo por meio da oferta de revistas de variedades evangélicas;³⁰⁷

- (2) Nos anos 60 e 80, os programas religiosos na mídia eram centrados em um personagem carismático, portador das promessas de cura e de salvação – os tele/radioevangelistas. Na atualidade, não há a figura carismática destacada e sim apresentadores mais ou menos “famosos” que possuem os próprios programas, de acordo com a faixa de público-alvo e com a temática trabalhada, dividindo a exposição de sua imagem com os cantores-artistas, a exemplo da mídia secular. O único personagem remanescente dos anos 70, o pastor R. R. Soares, transformou na TV o que tinha o formato de um culto religioso para um formato de programa de auditório e abriu espaço para as apresentações musicais, revelando buscar acompanhar a tendência– o Show da Fé, transmitido para todo o Brasil, de segunda a sexta-feira, pela Rede Bandeirantes, em horário nobre, durante 60 minutos;
- (3) Na programação de rádio e TV e na literatura impressa, a ênfase da mensagem transmitida não é na “Igreja” e na adesão a ela, mas no cultivo de uma religiosidade que não depende dela, mas que é intimista, autônoma e individualizada. Elementos próprios da teologia *gospel*. O que se enfatiza não é a Igreja mas a experiência religiosa mediada pela TV ou rádio, isto é, o meio possibilita o cultivo da religiosidade, independentemente da adesão a uma comunidade de fé.

Estas características listadas unem-se ao fato de que os evangélicos são agora um segmento, um mercado em plena expansão. A mudança de postura quanto ao proselitismo religioso retrata bem isso. Se no passado, como verificado nos estudos apresentados por Hugo Assmann,³⁰⁸ havia uma ênfase no convite à conversão e na divulgação da denominação

³⁰⁷ No passado este tipo de publicação somente era adquirida por meio de assinatura ou compra de exemplares avulsos em livrarias especializadas. O fato de serem distribuídas atualmente em bancas de jornais caracteriza a expansão desse mercado.

³⁰⁸ ASSMANN, Hugo. *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina*. Petrópolis/São Paulo: Vozes/WACC, 1986.

religiosa, no presente, a programação das rádios FM, os programas televisivos, a literatura disponível em bancas de jornais e a infinidade de páginas religiosas na internet são majoritariamente dirigidos ao público já vinculado a alguma igreja ou denominação evangélica.

A divulgação dos locais de reuniões públicas dos grupos condutores da programação é apenas um apêndice à veiculação massiva de conteúdo musical por meio de clipes ou exibição de cantores/as e grupos musicais *gospel* – dada a força do mercado fonográfico. Os demais aspectos da programação (debates, sessões de oração, estudos e sermões) não têm o cunho proselitista clássico mas ênfase doutrinária para conquista de público para a programação e de consumidores para os produtos veiculados.

No programa do pastor Silas Malafaia, veiculado pela Rede TV aos sábados de manhã, um dos que possuem maior audiência entre os evangélicos, são transmitidos os comerciais dos produtos da editora Central Gospel, de propriedade dele. Um slogan repetido para a venda de uma coletânea de Teologia Sistemática é: “presenteie o seu pastor”. Exemplos como este podem ser encontrados nos comerciais veiculados na programação das rádios, em que os apelos são “enriqueça a sua igreja com o produto x”, “aprofunde a sua fé com o produto y”, “fique mais perto de Deus com o produto z”.

Portanto, os programas e a literatura da mídia evangélica tornam-se os mediadores de uma comunidade de consumidores em que a vinculação religiosa já não é o que mais importa e sim uma vivência religiosa e o consumo de bens e de cultura que possibilitem aproximação com Deus e entretenimento “sadio”. Este é o apelo evangélico em tempos de cultura *gospel*.

José Martin-Barbero já havia identificado esse novo contexto ao trabalhar o tema da secularização, do desencanto e do reencantamento midiático:

Igreja eletrônica então significa o seguinte: umas igrejas que não se limitam a utilizar os meios de comunicação para tornar mais ampla a audiência dos seus sermões, não se limitam a usar os meios para expandir o espectro do público que alcançam. Não, a meu ver as igrejas eletrônicas são igrejas que se converteram especialmente ao meio rádio e ao meio TV, fazendo da TV e do rádio uma mediação fundamental da experiência religiosa. Quer dizer, o meio não é simplesmente uma ajuda para amplificar a voz mas é um elemento importante, um elemento fundamental do contato religioso, da celebração religiosa, da experiência religiosa. (...)

A meu ver a igreja eletrônica está devolvendo a magia às religiões que haviam se intelectualizado, que haviam esfriado, que haviam se

desencantado. (...) Não se trata simplesmente de expandir o culto, trata-se de acrescentar, dar continuidade, intensificar a própria experiência religiosa.³⁰⁹

Esse processo que dá forma à cultura *gospel* é reflexo da mediação da religiosidade (ou prática religiosa individual ou coletiva) experimentado, que é, em suma, a produção de significados por meio do qual os evangélicos têm buscado se compreender, se comunicar e se transformar, a partir das novas tecnologias e dos meios de produção e transmissão de informação.

É assim que o *gospel* é levado para além de uma expressão musical e transforma-se em conteúdo disseminado e acessado por diferentes grupos em diferentes contextos socioculturais e econômicos.

5.2 A conquista da diversão: quase como todo mundo

A cultura *gospel* do consumo e da mídia trouxe à tona a dimensão do entretenimento como um valor, e nela embutida a do prazer. E aqui se toca numa questão delicada para a cultura evangélica brasileira assentada nas bases do puritanismo estadunidense. Os evangélicos construíram no Brasil uma cultura de repressão do corpo e de todo o prazer que pudesse advir dele ou a ele ser direcionado. Esta reflexão é profundamente desenvolvida na obra *Protestantismo e Repressão*, de Rubem Alves³¹⁰.

A teologia que fundamentava tal repressão indicava que o corpo deve ser resguardado pois é “templo do espírito”. Nesse caso, o fumo, o consumo de bebidas alcoólicas, a maquiagem, as vestimentas que expõem o corpo, a dança, o sexo fora do casamento e sem fins de procriação, e todos os aspectos que “pervertem” a “natureza pura” do corpo deveriam ser evitados por quem quisesse ter uma comunhão plena com o divino. Nos primórdios do protestantismo no Brasil, ensinava-se até mesmo que lazer e diversão deveriam ser evitados pois todo o tempo livre deveria ser dedicado à comunhão com Deus e ao seu serviço: prática de esportes, jogos e

³⁰⁹ “Iglesia electrónica entonces significa lo siguiente: unas iglesias que no se limitan a utilizar los medios de comunicación para hacer más amplia la audiencia de sus sermones, no se limitan a usar los medios para hacer más ancho el espectro de público al que llegan. No, a mi ver las iglesias electrónicas son iglesias que se han convertido especialmente al medio radio y al medio TV, haciendo de la TV y de la radio una mediación fundamental de la experiencia religiosa. Es decir, el medio no es simplemente una ayuda para amplificar la voz sino que es un elemento importante, un elemento fundamental del contacto religioso, de la celebración religiosa, de la experiencia religiosa. (...) A mi ver la iglesia electrónica está devolviendo la magia a las religiones que se habían intelectualizado, que se habían enfriado, que se habían desencantado. (...) No se trata simplemente de expandir el culto, se trata de acrecentar, dar continuidad, intensificar la propia experiencia religiosa”. MARTIN-BARBERO, Jesús. *Secularización, Desencanto y Reencantamiento Massmediático. Diálogos de la Comunicación*. Lima, n. 41, p. 71-81, mar. 1995.

³¹⁰ ALVES, Rubem *Protestantismo e Repressão*. São Paulo: Ática, 1979.

competições, programas culturais, tudo isso representava um desvio do objetivo maior do cristão. Esta ética foi assumida mais radicalmente pelos pentecostais.

Numa outra etapa, pressionadas pelo fato de o lazer e a diversão serem parte do quadro das necessidades humanas, as igrejas históricas passaram a permiti-los, no entanto com duas condições: programá-los dentro do espaço religioso, sem que os participantes pudessem misturar-se aos “ímpuros incrédulos” e serem por eles mal-influenciados; e nunca aos domingos, dia dedicado ao serviço a Deus. Foi assim que evangélicos passaram a ser incentivados aos programas de lazer entre eles mesmos: construíram quadras de esporte nas propriedades de algumas igrejas; adquiriu-se equipamento para jogos nas igrejas, como tênis de mesa, xadrez e outros de reputação “sadia”³¹¹; organizaram-se gincanas, excursões, confraternizações entre comunidades.

Música popular, televisão, cinema e teatro passaram a ser lentamente assimilados como opção de lazer, já que foram, inicialmente, fortemente combatidos, e escapavam do critério “dentro do espaço religioso”. Com uma certa abertura, os adeptos eram incentivados a irem em grupo ao cinema e ao teatro, em programas escolhidos a partir da ética religiosa. Famílias foram orientadas sobre a influência da televisão e sobre programas que deveriam ser selecionados.

As festas populares continuaram sendo repudiadas. O carnaval foi satanizado e no período de sua realização, as igrejas eram orientadas pelas lideranças a realizar retiros espirituais para estarem bem longe de “contaminação”. As demais festas, a maior parte identificada com o catolicismo romano, algumas oriundas de tradições africanas, deveriam ser, portanto, evitadas. Aqui, não somente a ética puritana dava o tom, ou o anticatolicismo assumido pelos grupos, mas também a ideologia do destino manifesto, da superioridade cultural que negava as formas culturais autóctones. Um exemplo foi a introdução, na programação de lazer das igrejas, das danças de roda, típicas de comunidades camponesas estadunidenses (forma country em que se dançavam aos pares) concebidas como as “quadrilhas” no Brasil. Introduzidas como “brincadeiras de roda”, tiveram boa aceitação como opção de diversão, especialmente entre a juventude; já a participação em “danças de quadrilha” era proibida dentro e fora das comunidades evangélicas.³¹²

³¹¹ Os jogos de bilhar e de cartas, por exemplo, eram evitados, associados à imagem de “jogatina” e malandragem.

³¹² Exceções podem ser listadas no que diz respeito a algumas comunidades típicas de classes média alta e alta de centros urbanos, cujo perfil da membresia é de pessoas educadas desde o berço para programas culturais e gosto pelo esporte e lazer.

Os anos 90 marcaram uma atenuação nessa história da cultura evangélica. A cultura do consumo e da mídia construídos no interior do protestantismo resultaram no modo de ser gospel que insere o entretenimento como valor. Tendo como expressão mais forte a música, a cultura gospel derrubou barreiras evangélicas com a dança e com um dos maiores inimigos das igrejas – o carnaval. Casas noturnas e pontos de encontro também tornaram acessíveis aos evangélicos. Os espetáculos gospel passam a ser opção forte de lazer evangélico. Os programas de TV e rádio já não oferecem muitos sermões, estudos, meditações, como no passado. Quem sintoniza no presente já assiste ou ouve mais tempo de música, jogos, competições, e participa de promoções de sorteios e brindes. As revistas gospel, mais acessíveis do que as publicações religiosas do passado, já trazem sugestões de lazer e amenidades como a vida dos artistas evangélicos. Além disso, o modo de vida gospel motiva os evangélicos a inserirem-se na modernidade, na era dos DVDs, dos videogames, da interatividade.

O que demarca a diferença desses programas de lazer e entretenimento para outros, com o mesmo formato, é que são lazer e entretenimento religioso, ou seja, as pessoas se divertem mas perto de Deus, ou, em outras palavras, é um lazer consagrado.

5.2.1 A dança

Rubem Alves, na obra acima mencionada, dedica alguns parágrafos ao estudo sobre a aversão que o protestantismo brasileiro criou contra a dança.³¹³ O pesquisador afirma que ela nasce da moralidade sexual construída pelo grupo, que considera a dança um pecado. Alves fundamenta a idéia ao se referir a um pastor anônimo que afirmou “ser impossível a um homem normal, tendo nos seus braços uma mulher, sentindo o seu corpo, evitar o aparecimento de paixões impuras e desejo sexual”. E cita também outro que dizia: “O problema do baile continua a desafiar a honestidade dos conselhos. Ao que saibamos, só existe um folheto de Miguel Rizzo, ‘A dança e a psicanálise’, para combater o perigo sexual do baile”. Portanto, na interpretação protestante brasileira, partilhada por todas as igrejas do protestantismo histórico de missão, a dança seria uma versão simbólica do ato sexual; praticá-la seria ceder à tentação que perverte o corpo do crente. Aos adeptos do protestantismo afeitos à dança e aos bailes, restava, ao longo da história das igrejas, fazê-lo em segredo.

A cultura gospel demoliu essa barreira em dois sentidos: inseriu a dança no contexto litúrgico e abriu as portas dessa expressão corporal como entretenimento. A Igreja Renascer em Cristo

³¹³ *Protestantismo e Repressão*. São Paulo: Ática, 1979. p. 176-177.

foi a grande responsável por esta mudança ao montar sua programação para a juventude com esses dois componentes. Com a Renascer, surgiram nos cultos as danças litúrgicas – ou como os evangélicos se habituaram a chamar, as coreografias. Note-se que o discurso gospel, ancorado também em princípios de marketing, evita pronunciar a palavra “dança” trocando-a por “coreografia”. Enquanto os cantores se apresentavam, pessoas ou grupos especialmente preparados faziam coreografias relacionadas ao que estava sendo cantado. Foi também com a Renascer que se passou a admitir que “cristão também pode dançar” música religiosa. Em alguns dos templos da igreja, depois do último culto, as bandas de rock gospel continuam a tocar e o espaço transforma-se em pista de dança com iluminação especial (luzes estroboscópicas). No Rio de Janeiro foi na Igreja Renascer que nasceu a popular Festa Gospel Night, um evento dançante em noites de sábado, oferecido nos templos da igreja em diferentes bairros da cidade.

O caminho aberto pela Igreja Renascer e a receptividade da proposta conquistaram outras igrejas pentecostais, como as Comunidades Evangélicas, e seduziram as igrejas históricas, que passaram a se basear na lógica “dança, sim, mas nos espaços da igreja e com música religiosa”. Foi assim que começaram a surgir grupos de coreografia nas mais diferentes igrejas por todo o Brasil, apresentando nos cultos passos e gestos ao som de músicas gospel reproduzidas em aparelhos de som. Esse movimento foi mais reforçado ainda com o surgimento do grupo Diante do Trono, que sofisticou a prática. Já existem vídeos, livros e cursos que subsidiam os grupos de coreografia no desenvolvimento da expressão corporal.³¹⁴ Foi também na trilha da Renascer que salões de festas de igrejas passaram a se transformar em espaço para bailes embalados ao som de artistas gospel. As resistentes à abertura de seus salões vêem os bailes organizados por seus adeptos acontecerem em casas de famílias ou salões particulares.

Mas não é só no espaço das igrejas que os evangélicos encontram divertimento consagrado. Nos anos 90 já era comum encontrar os “barzinhos evangélicos” – locais criados e freqüentados por evangélicos onde se consumia bebida não-alcoólica e se ouvia música – depois foram surgindo as casas noturnas. Locais como o Gospel Place, uma casa noturna dirigida pelo empresário e produtor de eventos gospel José Bispo, na cidade de São Paulo, são pontos cada vez mais comuns na programação dos evangélicos. O Gospel Place tem som digital, iluminação sofisticada e pista de dança animada por DJ’s que tocam gospel nacional e

³¹⁴ São exemplos os livros COIMBRA, Izabel. *Louvai a Deus com danças. Belo Horizonte: Diante do Trono, 2003*; KINGSHILL, Céceu. *Movimentos litúrgicos, dança e coreografia. São Paulo: Vida Nova; TESSMANN, Rasson. Artistas Adoradores. São Paulo: Vida Nova.*

internacional. Apresentações ao vivo também são sucesso ali, cujo palco já foi freqüentado por bandas e cantores de destaque. Na propaganda da casa, o destaque à diferença das demais: não se vendem bebidas alcoólicas nem cigarros, “ambiente saudável” onde há horário reservado para uma palavra especialmente dirigida a viciados em drogas.

Na Feira Internacional do Consumidor Cristão, realizada em duas edições na cidade de São Paulo, era possível encontrar stands de venda de equipamentos para danceterias gospel, além dos populares “videokês”, também em versão gospel. O ritmo mais mobilizador para a dança é o rock, seguido da música eletrônica, mas outros também têm conquistado público: o funk, o rap, o hip-hop, o samba, o pagode, o forró, o axé-music e o frevo. Nessa onda surgiram os “DJs gospel” ou “DJs de Cristo”, como Ramilson Maia, da Igreja Evangélica Vida Nova, na Mooca (cidade de São Paulo). Maia criou um encontro, aos sábados à noite, no espaço da igreja, denominado “MEG” (Música Eletrônica Gospel). Entre as músicas, um pastor realiza uma pregação religiosa. Maia explica o papel dos “DJs de Cristo”:

Tem gente que acha que freqüentar a igreja é andar de terno com a Bíblia debaixo do braço, e nós queremos mostrar que não é assim. Esperamos atrair as pessoas pela música, para que também conheçam a palavra de Deus”. Ele tem se esforçado por promover outras edições do projeto, principalmente em casas noturnas como uma “maneira de louvar ao Senhor.”³¹⁵

5.2.2 O Carnaval

Se a dança era uma prática que provocava aversão nas igrejas protestantes históricas no passado, o Carnaval era então abominado. Rubem Alves cita expressões referentes à festa, utilizadas em um artigo no jornal Brasil Presbiteriano, de fevereiro de 1959:

“Apoteose de prostituição”, “reconstituição ... das antigas bacanais, saturnais e lupercais da Roma pagã”, “[como as festas em que] as sacerdotisas de Baco, deus do vinho e da embriaguez, saíam às ruas, quase despidas, cabelos desgrehados, tirso à mão, enchendo os ares de suas canções lascivas, em requebros libidinosos, arrastando após si moços tresloucados e velhos corruptos, ávidos todos da satisfação de seus apetites rebarbativos”, “festa pagã... que é praticada com mais entusiasmo nos países considerados católicos”.³¹⁶

Durante o período do Carnaval, criou-se a tradição entre os protestantes, para evitar “contaminação” e “perversão” do “corpo puro”, da organização de retiros espirituais, em que os adeptos estariam isolados de qualquer contato com o que quer que dissesse respeito àquela “festa da carne”. Com a construção da cultura gospel na concepção de que tudo é possível

³¹⁵ DJS de Cristo tocam em igreja. *Folha de São Paulo, São Paulo, 16 fev. 2001, Revista da Folha*, p. 91.

³¹⁶ *Protestantismo e Repressão*. São Paulo: Ática, 1979. p. 178.

desde que seja consagrado a Deus, um fenômeno emergiu, jogando por terra um dos pilares da ética protestante brasileira que era a aversão ao Carnaval: os evangélicos estão, em escala crescente, participando da festa. É a cada ano maior o número de blocos, trios elétricos e escolas de samba evangélicas, vinculados a igrejas ou a organizações paraeclesiais, em cidades de forte tradição carnavalesca como Rio de Janeiro, Salvador, Recife e Olinda, ou mesmo naquelas de menor tradição como São Paulo e Curitiba. A cultura gospel, portanto, tem feito com que evangélicos deixem de lado os retiros espirituais e misturem-se aos foliões. No discurso justificador da mudança de atitude está a máxima: “a serviço de Deus”.

Portanto, no cenário que se configura a partir da década de 90 nas igrejas evangélicas, “carnaval é samba, cerveja e promiscuidade. Mas também é momento propício para pregar o Evangelho”.³¹⁷ Não se descarta também a possibilidade da diversão sadia, com Deus, que os evangélicos podem agora desfrutar, como declara o pastor Marco Antônio Peixoto, da Comunidade Evangélica Internacional da Zona Sul (cidade do Rio de Janeiro), pioneira na abertura para o Carnaval, criadora do bloco Mocidade Dependente de Deus, em 1988: “A gente fica pulando para mostrar a todos que também nos divertimos. Esta alegria contagiante tem envolvido e restaurado muitas vidas, que atualmente têm servido a Deus”.³¹⁸

Outra igreja pioneira no envolvimento com o Carnaval é o Projeto Vida Nova de Irajá (cidade do Rio de Janeiro), que criou o Bloco Cara de Leão, em 1993. Filiado à Federação dos Blocos Carnavalescos do Estado do Rio de Janeiro e liderado pelo pastor Ezequiel Teixeira, ele desfila nos eventos oficiais do Carnaval carioca e concorre igualmente com os outros blocos. O Cara de Leão (o nome faz referência ao “Leão de Judá”, uma das formas pelas quais Jesus Cristo é citado na Bíblia) reúne mais de quatro mil componentes de diferentes igrejas, divididos em sete alas, que apresentam enredos com temas religiosos.³¹⁹

Na cidade de Curitiba, há uma escola de samba gospel – a Jesus Bom à Beça, criada em 1997 pela Igreja Ágape. Com fantasias, carros alegóricos, alas, comissão de frente, participa do concurso das escolas de samba da cidade. No primeiro ano que desfilou, conquistou a terceira colocação e em 2001 foi a campeã com o enredo “2001 – Uma Odisséia pela Bíblia”. A participação é aberta a evangélicos de qualquer igreja, que devem apresentar carta de autorização de seus pastores.

³¹⁷ E VAI rolar a festa. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 19, fev. 2003, p. 53.

³¹⁸ Ibidem.

³¹⁹ O sucesso do Bloco Cara de Leão levou o pastor Ezequiel Teixeira a criar o selo Cara de Leão, inicialmente para lançar músicas produzidas pelo Projeto Vida Nova de Irajá, que se tornou, no entanto, uma grande distribuidora com mais de 50 títulos entre música e literatura. Cf. ABENÇOANDO milhões. *Show Gospel*, São Paulo, n. 13, out. 2003. p. 20.

Além dos blocos, trios elétricos e escolas de samba, há as organizações paraeclesiais que durante o Carnaval realizam ações que denominam evangélicas, como o Jovens com Uma Missão (Jocum) e a Missão Resgate. Esses grupos atuam principalmente no Rio de Janeiro, São Paulo, Olinda, Recife e Salvador, onde realizam apresentações de rua com dança, bateria, música e pantomimas e distribuem pulseiras no formato das tradicionais fitinhas do Senhor do Bonfim, “as pulseiras do amor de Deus”, com contas coloridas.³²⁰

A interpretação que todos os grupos evangélicos que se integram ao Carnaval fazem é que mais do que o serviço a Deus e a diversão sadia, no qual estão envolvidos, eles participam de uma batalha espiritual. O Carnaval é visto, como nos primórdios do protestantismo, como a festa de Satanás que, no entanto, não pode reinar e deve ser desafiado. Portanto, ao participar do Carnaval, os evangélicos estão em guerra contra Satanás ao mostrarem ao mundo outra forma de prazer: uma alegria autêntica, uma diversão sadia e mensagens do amor de Deus.³²¹

5.2.3 Os espetáculos profissionais e amadores

Mercado de bens religiosos e midiaticização – o somatório destes elementos, estratégias e princípios – têm produzido no campo evangélico o que é denominado por alguns estudiosos “a espetacularização da fé”. Isso significa tratar a fé e a religiosidade como algo a ser exposto, apresentado, demonstrado da forma mais atraente possível, com a finalidade de se alcançar público. Toda religião tem um componente de espetáculo, de teatralidade, de performance. Os ritos e os rituais, relacionados ao encanto e ao mistério, dão à religião esse tom e esse dom. O que se observa nas últimas décadas no campo religioso evangélico Brasil, em especial na passagem dos anos 90 para os 2000, é a religião, ela própria, transformada em espetáculo, performance. Uma análise desse fenômeno que descarte juízos de valor exige uma conceituação de espetáculo e uma compreensão do seu sentido e papel social, o que é feito a seguir.

A palavra espetáculo vem do latim *spetaculum*, que significa “o que atrai e prende o olhar e a atenção”, daí os sinônimos que lhe são atribuídos: representação teatral, exibição (esportiva, artística), escândalo, evento excepcional. “Atrair e prender a atenção” remete à natureza pública do espetáculo, ou seja, à captação de público, o que exige um jogo de sedução, de

³²⁰ As pulseirinhas são distribuídas aos foliões acompanhadas de um folheto que orienta sobre o significado de cada cor das contas. A explicação segue a forma tradicional e ideológica da simbologia de cores no protestantismo histórico de missão, baseada no trabalho dos missionários estadunidenses: o preto é o pecado; o vermelho, o sangue de Jesus; o branco, a salvação.

³²¹ Cf. E VAI rolar a festa. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 19, fev. 2003, p. 53; SAMBA no pé, Bíblia na mão. *Eclésia*, São Paulo, n. 74, fev. 2002, p. 32-38.

resposta a desejos ou produção de desejos, e de realização em espaços públicos. Outros ingredientes relacionados são a excepcionalidade e o extraordinário, que superam o simples e o comum e captam atenção e público.

Em estudo que relaciona espetáculo, mídia e política, Antonio Albino Canelas Rubim adiciona às noções de excepcionalidade e extraordinário a de “maravilhamento”:

A produção do extraordinário acontece, quase sempre, pelo acionamento do maravilhoso, de um grandioso que encanta, que atrai e que seduz os sentidos e o público. Esse “maravilhamento” produz-se pela exacerbação de dimensões constitutivas do ato ou evento, da dramaticidade de sua trama e de seu enredo, através de apelos e dispositivos plástico-estéticos, especialmente os relativos ao registro da visão, mas também aos sonoros, em menor grau. A plasticidade visual, componente essencial, e a sonoridade tornam-se vitais: os movimentos, os gestos, os corpos, as expressões corporais e faciais, o vestuário, os cenários, a sonoridade, as palavras, as pronúncias, as performances; enfim, todo esse conjunto de elementos e outros não enunciados têm relevante incidência na atração da atenção, na realização do caráter público e na produção das simbologias e dos sentidos pretendidos com o espetáculo.³²²

Essa construção conceitual do espetáculo o explica como elemento integrante da vida em sociedade, configurado nas encenações, nos ritos, nos rituais, nas representações, nas apresentações e outras expressões, ou seja, inerente às instâncias organizativas e práticas sociais. Guy Debord, na obra *A sociedade do espetáculo*, refere-se a isso quando afirma: “O espetáculo não é um conjunto de imagens mas uma relação entre pessoas, mediada por imagens”.³²³

Ao longo da História, produtores e promotores desenvolveram conhecimento e tecnologia na produção de espetáculos – saltimbancos, circenses, teatrais, políticos, radiofônicos, esportivos, musicais, cinematográficos, televisivos. Arenas, palcos, estúdios, palanques, telas são a base da produção, com recursos que vão do cenário ao figurino, da iluminação à sonorização. Tudo deve ser ampliado – e até mesmo exagerado – e ultrapassar os limites do ordinário para atrair e conquistar platéias (pagantes ou não). Pessoas dão vida e movimento ao espetáculo, assumindo papéis, interpretando a si próprios ou a outros personagens. Tudo programado, predefinido, ensaiado, delimitado. Espontaneidade e improviso constituem

³²² RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Espetáculo, Política e Mídia*. Paper apresentado no XI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 4-7 jun. 2002. Disponível em: <<http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Albino2002.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2004.

³²³ DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. São Paulo: Contraponto, 2002. p. 14.

elementos que não pertencem a esse contexto e são permitidos apenas em casos excepcionais, os que fogem à regra do espetáculo.

Na contemporaneidade, consequência do processo histórico, o espetáculo associa-se mais fortemente à cultura e vice-versa, e a associação da cultura com a mídia acelera e consolida ainda mais isso. A midiaticização da sociedade e a hegemonia da cultura das mídias delineiam um jeito de ser e viver na esfera do social que “convive e, em medida razoável, se alimenta da enorme proliferação de espetáculos possibilitada pelas mídias. Elas, assumidamente na contemporaneidade, tornaram-se o lugar primordial na fabricação do espetacular”.³²⁴

A compreensão do fenômeno contemporâneo retoma o estudo-manifesto de Guy Debord, que classificava a sociedade capitalista da passagem dos anos 60 para os 70 como “sociedade do espetáculo”. O pensador relacionava o espetáculo a uma “visão de mundo”: “O espetáculo não pode ser compreendido como o abuso de um mundo da visão, o produto das técnicas de difusão maciça das imagens. Ele é (...) uma visão de mundo que se objetivou”.³²⁵ A sociedade, analisada por Debord, estava em sintonia com o capitalismo, que então definia a realização humana não mais passando do “ser para ter” mas do “ter para o parecer”. Neste capitalismo, “toda a realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela. Só lhe é permitido aparecer naquilo que ela não é”.³²⁶

A sociedade que inaugura o século XXI também traz em sua essência uma tendência ao espetacular, como analisa Rubim:

A rede de mídias e a dimensão da sociabilidade pública midiaticizada, além de outros campos, como a política, a religião e a cultura, concorrem profundamente para a existência e a realização sociais da espetacularização, pois toda essa maquinaria sócio-tecnológica está predisposta a chamar e disputar a atenção de todos.³²⁷

Nesse sentido, o autor atualiza a reflexão formulada por Debord, redefinindo o que vem a ser a “sociedade do espetáculo” no contexto dos anos 2000:

Ela está em sintonia com a fase atual do capitalismo, na qual a informação e a comunicação tornam-se mercadorias privilegiadas e a economia do espetáculo aparece como cada vez mais relevante. Mas ela também pode ser caracterizada como a sociedade em que, diferente do que acontecia nas anteriores, quando o espetacular era algo da esfera do extraordinário e da

³²⁴ RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Espetáculo, Política e Mídia*. Paper apresentado no XI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 4-7 jun. 2002. Disponível em: <<http://www.unb.br/fac/comunicacao/politica/Albino2002.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2004.

³²⁵ DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. São Paulo: Contraponto, 2002. p. 14.

³²⁶ Id. *ibid.*

³²⁷ RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Espetáculo, Política e Mídia*. Op.cit.

efemeridade, agora o espetáculo potencialmente está (oni)presente, no espaço e no tempo, e afeta radicalmente toda a vida societária. O espetáculo (...) transforma-se em algo com pretensões a colonizar todo o mundo da vida.³²⁸

Os grupos do PHM, por sua desvalorização do rito e dos rituais nos momentos de culto, foram avessos à dimensão do espetáculo e, por conta disto, dentre outras razões, captaram pouco público em sua história, como já referido anteriormente. O peso dado à palavra e aos discursos, à razão e ao intelecto (portanto, ao sermão), em detrimento do lugar da emoção na experiência religiosa, estimularam isso. O anticatolicismo também cumpriu um papel importante: ritos e símbolos passaram a ser identificados como um jeito católico-romano de expressar a fé, algo a ser rejeitado e transformado.

A dimensão espetacular da religião foi recuperada com os pentecostais. Tanto o pentecostalismo de missão quanto as expressões do pentecostalismo independente não descartam o peso da palavra, mas colocam acima dela a experiência mística com o Espírito Santo, que se manifesta por meio das línguas estranhas e dos milagres. Há também ênfase na libertação da opressão do mal, por meio do exorcismo.³²⁹

Passo a passo, o culto realizado nas igrejas pentecostais exacerbou a dimensão espetacular da religião. Curas, exorcismos, a religiosidade e suas manifestações visuais são apresentadas a uma platéia de forma peculiar. Os altares são palcos, com distância demarcada da platéia. O cenário inclui cruzeiros, mesas com objetos simbólicos como a Bíblia, óleos de unção, pinturas de figuras ilustrativas que remetem à religião e outros. Pastores são artistas principais ou animadores de auditório; usam palavras e gestos que prendam a atenção e a emoção do público: movimentam-se de um lado ao outro, cantam e tocam instrumentos, retiram ou vestem paletós, ajoelham-se ou mesmo deitam ao chão, utilizam voz chorosa. Há os coadjuvantes: músicos, cantores, diáconos ou obreiros que auxiliam nos corredores.³³⁰

Não diferente do processo social acima descrito, a mídia evangélica acrescentou, a partir do seu avanço, novos tons a esse “espetáculo da fé”. Mídia é espetáculo e mercado. Expor a fé por intermédio dos meios de comunicação social é relacioná-la diretamente ao espetáculo e ao mercado. Além das clássicas transmissões de cultos, em que se exploram o espetáculo do exorcismo e os milagres, nos últimos anos têm-se inserido programas interativos, de auditório, de variedades, infantis, de debates e de entrevistas, musicais, *games* – todos os formatos

³²⁸ Id. *ibid.*

clássicos da mídia são utilizados para mostrar a religião e a fé. Clipes e espetáculos musicais são apresentados por cantores evangélicos, os “artistas”.

O pentecostalismo *gospel* é o grupo de denominações que passam a privilegiar o modelo da mídia e dão espaço para a técnica e a tecnologia. Sistemas de som e luz são trabalhados para buscar perfeição, bem como outros equipamentos de suporte ao culto-espetáculo, tudo cuidadosamente elaborado para funcionar harmonicamente e garantir fidelidade do público. A música tem aqui papel preponderante: ela mexe com as emoções. Grupos são treinados e ensaiados para tocar ao vivo ou utilizam-se *playbacks* para garantir a identidade com o som original e permitir a conquista do público. Seguem fielmente um *script* que os tornam, em determinados momentos, protagonistas, dado que a música é elemento central neste novo formato. O figurino também é explorado com mais cuidado.

A consolidação da dimensão do “espetáculo da fé” tornou possível que a espetacularidade transcendesse os templos e a mídia e alcançasse as ruas e outros espaços uma vez considerados “profanos” pelos evangélicos. É a religião presente como espetáculo também nos espaços públicos. Casas de shows tornam-se palco de apresentação de artistas evangélicos; bares e discotecas evangélicas são inaugurados; megaeventos são realizados, como festivais de música evangélica e marchas, reunindo centenas de milhares de pessoas. Promovidos por igrejas, gravadoras ou empresas de marketing, os eventos têm crescido tanto em número quanto em assistência a cada ano. Um dos de maior destaque é a “Marcha para Jesus”, promovida anualmente pela Igreja Renascer em Cristo.

Realizada primeiramente na Inglaterra sob inspiração da jornada dos hebreus com Moisés em busca da Terra Prometida, a Marcha para Jesus foi promovida pela primeira vez no Brasil em 1993 e reuniu, no Vale do Anhangabaú (Cidade de São Paulo), cerca de 350 mil pessoas. Diferente do formato inglês, a Renascer deu tom musical à Marcha desde o início, com o recurso de trios elétricos e shows de grupos dos mais variados gêneros (axé, samba, pagode, pop, etc.). As versões dos anos 2000 têm superado a casa de um milhão de pessoas e são

³²⁹ Uma profunda análise desses aspectos encontra-se em RIVERA, Paulo Barrera. *Tradição, transmissão e emoção religiosa*. Sociologia do protestantismo contemporâneo na América Latina. São Paulo: Olho D’Água, 2001.

³³⁰ Estudo detalhado do “espetáculo cúltico” na Igreja Universal do Reino de Deus é apresentado por CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado*. Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis/São Paulo/São Bernardo do Campo: Vozes/Simpósio/UMESP, 1997. p. 61-161. COMBLIN, José. Nós e os outros. Os pobres frente ao mundo globalizado”. In: SUESS, Paulo (Organizador.) *Os confins do mundo no meio de nós*. São Paulo: Paulinas, 2000. p. 113-133, aborda questão semelhante nos arraiais católicos quando se refere ao fenômeno Marcelo Rossi, produzido, segundo o autor, pela Renovação Carismática Católica – o braço pentecostal no interior do catolicismo romano. Diz Comblin sobre as missas do padre Marcelo Rossi: “O show é a procissão de ontem”.

encerradas com megashows apresentados por vários artistas evangélicos consagrados. Há também marchas na mesma data em outras cidades do País.

A esse evento é dado um caráter supradenominacional e caravanas de todas as partes do Brasil, das mais diferentes igrejas, dirigem-se a São Paulo para participar da caminhada. O tom do evento, além da evangelização, é a afirmação da presença e do crescimento dos evangélicos no Brasil, o que trabalha diretamente com a auto-estima e o sentimento de pertença dos adeptos, e permite sucesso ao empreendimento. A “Marcha para Jesus” reuniu em 2003 cerca de dois milhões de pessoas, o que demonstra que as acusações ao casal Hernandes, veiculadas pela mídia, não causaram efeito destrutivo na imagem dos líderes da Igreja Renascer, pelo menos no que diz respeito ao público da Marcha.³³¹

Outro evento que se consolidou como sucesso de público e comercial é o “Troféu Talento”. Realizado anualmente, desde 1996, pela rede de rádios da Igreja Universal do Reino de Deus, hoje Rede Aleluia. Trata-se de um evento de premiação dos melhores da música evangélica em diversas categorias. A escolha é feita pelo público que, incentivado pelas rádios, vota pelo telefone ou pela internet a partir de indicações feitas pelas gravadoras ou artistas independentes. Na edição de 2003, 95 gravadoras e artistas independentes foram contatados e 60 remeteram indicações. Dentre as que responderam, 30 participaram da fase final após processo de seleção.

A festa de entrega do prêmio é um espetáculo promovido em casas de show de grande porte, como o Credicard Hall em São Paulo (edição de 2003). O público paga para assistir à premiação dos seus “ídolos” e a apresentações musicais à base de efeitos especiais. Segundo o bispo da Igreja Universal do Reino de Deus Marcelo Silva, idealizador e coordenador do “Troféu Talento”, o objetivo da criação do evento “nunca foi” o de premiar artistas:

Nosso objetivo inicial e que se mantém bem vivo até hoje é de incentivar todos aqueles envolvidos com a música *gospel* para produzirem o melhor, não medindo esforços para oferecer ao público um produto final elaborado e de qualidade. Percebemos que ao longo destes anos, as gravadoras, músicos e artistas têm oferecido CDs e canções com qualidade profissional, sem dever nada à música internacional ou às produções de nossa MPB. O prêmio é o reconhecimento do público de todo o Brasil pelo esforço destes profissionais do segmento *gospel* em oferecer o melhor para nosso segmento. (...) Graças a Deus, sempre temos as casas lotadas nos dias dos eventos. (...)

³³¹ Há uma página eletrônica de divulgação da Marcha para Jesus. Disponível em: <<http://www.marchaparajesus.com.br>>. Acesso em: 11 nov. 2003

Buscamos contemplar somente os melhores. Não estamos preocupados em dar "prêmios de consolação" para que todas as gravadoras sintam-se satisfeitas. (...) A nossa recompensa é céu, a Nova Jerusalém. E vamos fazer de tudo para que conosco muitos cheguem até lá. Esse deve ser o nosso empenho, sempre. (...) Não há prêmio maior do que a nossa salvação!³³²

Ao estudar a espetacularização do sagrado promovida pela Igreja Renascer em Cristo, Carlos Tadeu Siepierski reconhece a dimensão do espetáculo e da teatralidade inerente à religião. No entanto, para o pesquisador, foi com o avanço da mídia que os recursos espetaculares à disposição da religião se renovaram. “Além de impor o poder permanente das imagens e, portanto, a obrigação de utilizá-las”, registra Siepierski, “também modificaram profundamente o modo de produção de imagens”.³³³

Os espetáculos tornaram-se programa comum no cenário evangélico com a consolidação do movimento gospel via profissionalização dos músicos e fortalecimento das gravadoras. Frequentemente realizados em grandes clubes e casas noturnas seculares, eles reúnem grande número de pessoas, na maior parte das vezes para promover os mais recentes CDs. Alguns espetáculos são festas das gravadoras em espaços abertos (praças ou estádios esportivos) e levam os principais artistas do seu cast e convidados nacionais e internacionais – como o “Canta Rio”, da MK Publicitá, ou o “SOS Vida” (na cidade de São Paulo), da Gospel Records/Renascer em Cristo.³³⁴ Têm sido também comuns em festas populares, como as de aniversário de cidades, rodeios e quermesses, as noites gospel, com artistas contratados. Todos esses espetáculos seguem as regras do show business e atraem público com sua infraestrutura baseada em muitos quilowatts de luz e som e recursos cenográficos.

Na linha do louvor e adoração, as apresentações denominadas “encontros”, que, grande número de vezes, servem para gravação de discos ao vivo, são espetáculos montados no mesmo formato dos primeiros e deles serem apenas na condução do programa – há orações, “ministrações” (pequenos sermões), apelos à consagração pessoal e à adesão à guerra espiritual. Como exemplo podem ser citados os eventos ao vivo do Diante do Trono (já descritos detalhadamente no Capítulo 4), do Ministério Fogo e Glória e de outros.

Todos os espetáculos reúnem um expressivo público, das igrejas evangélicas na maioria, que neles busca opção de lazer sadio e consagrado. Neste caso, com base na premissa de que tudo é possível desde que em nome de Deus, os evangélicos constroem um modo de vida gospel em que desfrutam do mesmo tipo de lazer que um “incrédulo” desfruta, num espaço em que

³³² TROFÉU TALENTO. Disponível em: <<http://www.redealeluia.com.br/trofeu2003>>. Acesso em: 15 out. 2003.

se pode cultivar a pureza do corpo, templo do Espírito de Deus, por estar ele sendo realizado em nome de Deus.

Por isso, o comportamento do público evangélico em um espetáculo religioso pouco difere daquele do público em um espetáculo secular. Na platéia, os evangélicos gritam efusivamente ao deparar-se com os cantores – muitas pessoas vestem camisetas com suas fotos ou logotipos ou faixas ao redor da cabeça com seus nomes –, lançam ao palco CDs e camisetas para serem autografados por eles e dança como o público “incrédulo”. No palco os cantores gospel também se comportam como os seculares: interagem com o público, jogam beijos e acenam aos fãs, e em alguns momentos, buscando ser “politicamente corretos”, ao receberem aplausos e vivas, dizem que essas manifestações devem ser dirigidas a Jesus Cristo.

Inspiradas pelos espetáculos profissionais, as igrejas têm buscado implantar programas desse tipo, em menor proporção, em seus espaços de reunião, com vistas a atrair especialmente a juventude. Além de contratarem cantores, elas criaram o que se convencionou chamar de “Louvorzões” – eventos realizados periodicamente, geralmente em noites de sexta-feira ou sábado, para apresentação de ministérios de louvor e bandas gospel das próprias igrejas ou de igrejas convidadas, e de grupos de coreografia; o show desses grupos é entremeado com canções mais populares que são cantadas pelos participantes e dirigidas pelo ministério de louvor da igreja que promove a programação.

O modelo dos “Louvorzões” se popularizou bastante nas igrejas evangélicas como opção de lazer para noites de final de semana, especialmente por não representar custo para os promotores nem para o público. Aqui eles diferem bastante dos espetáculos que têm participação de cantores gospel mais famosos, que cobram altos cachês e outras exigências, os quais podem ser custeados apenas pelas igrejas mais ricas; ou condicionam a venda de uma certa quantidade de CDs, o que faz com as igrejas promotoras dependam do público para a realização da programação. Grupos de louvor e adoração, como o Diante do Trono, fazem algumas exigências de infra-estrutura (portanto, não é qualquer igreja que pode convidá-los) e afirmam não cobrar cachê – dizem aceitar “uma oferta de amor” –, mas no caso da cobrança de ingressos, há cobrança de cachê.³³⁵

³³³ SIEPIERSKI, Carlos Tadeu. *O sagrado num mundo em transformação*. São Paulo: ABHR, 2003. p. 168.

³³⁴ As gravadoras têm usado estes eventos para realização de marketing social, ao solicitarem o pagamento da entrada com um quilo de alimento, a ser doado a famílias necessitadas.

³³⁵ Cf. MINISTÉRIO DIANTE DO TRONO, Dúvidas. Disponível em: <<http://www.diantedotrono.com.br/duvidas>>. Acesso em: 15 out. 2003. As exigências que o Diante do Trono faz são: transporte aéreo; hospedagem em hotel; alimentação; exclusividade para a venda de seus CDs, vídeos e outros materiais do ministério no dia da apresentação. Os artistas não costumam divulgar o valor dos cachês; a

Os “Louvorzões” funcionam como exercício nas igrejas locais para reprodução do formato dos espetáculos e das apresentações na televisão. Para isso, elas investem recursos consideráveis na compra de equipamentos de som – algumas até de iluminação –, de instrumentos musicais e de material de apoio como telões e equipamento multimídia.

5.2.4 Os jogos e outras distrações

Não são apenas os dançarinos, os foliões e o público de espetáculos os que são contemplados pela indústria do entretenimento *evangélico*. Quem gosta de se divertir com jogos, especialmente os que envolvem tecnologia, e outros produtos eletrônicos também tem vez. E aqui as crianças e adolescentes são o público-alvo privilegiado. Pessoas de todas as idades podem disputar a batalha de Jericó ou interpretar Davi combatendo Golias por meio de videogames. As histórias da Bíblia também entretêm por meio de CD-roms, fitas de vídeo e DVDs com desenhos ou filmagens. Com isso, nomes da Bíblia como Paulo, Davi e Jeremias transformam-se em heróis para divertir, por meio de traços que lembram desenhos japoneses.

Personagens são igualmente criados para animar as crianças, como o mais popular de todos, a formiguinha Smilingüido, da Editora Luz e Vida. Ela já estreou duas fitas de vídeo e um game cheio de aventuras. Inspirada no programa de TV “Show do Milhão”, sucesso no Brasil do início dos anos 2000, a Editora Hagnos lançou o game “Show do Cristão”, em CD-rom.

A internet também é farta de opções de entretenimento para os evangélicos. Além dos games que podem ser encontrados em diferentes portais da internet, há até páginas eletrônicas de humor evangélico, como a do pastor e humorista Jasiel Botelho.³³⁶ Autor de livros de humor religioso como *No tempo da graça* e *Divina comédia*, ele também produz charges. Na página eletrônica de humor pode-se acessar sua produção distribuída em seções e também remeter “cartões virtuais de riso”.

Quem não tem acesso a aparelhos de vídeo e DVD e de computadores pode adquirir gibis, versões de jogos em papel e plástico e outros formatos, como, por exemplo, o jogo “Bíblia em

revista *Vinde* publicou matéria em 1997, em que eram citados valores e exigências de alguns artistas evangélicos, entre eles os cantores Nelson Ned e Mara Maravilha. Na época, Nelson Ned pedia R\$ 8 mil por apresentação, mais passagens aéreas para ele e acompanhante e hospedagem no melhor hotel da localidade; Mara Maravilha cobrava R\$ 2,8 mil de cachê, mais cinco passagens e estadia em hotel (mínimo, quatro estrelas) para todos, fora a venda obrigatória de 200 CDs (a R\$ 12,00 cada, na época) e 100 fitas-cassete (a R\$ 10,00, cada). Cf. DUTRA, Marcelo. Nos bastidores do testemunho. *Vinde*, Niterói, n. 15, jan. 1997.

³³⁶ Disponível em: <<http://www.jasiel.cjb.net>>. Acesso em: 2 mar. 2004.

ação”, da Shemá Produções. A propaganda de lançamento trazia as chamadas: “Agora você aprende a Palavra de Deus enquanto se diverte... A diversão que faltava para grupos de amigos e para toda a família... Leve agora mesmo esta bênção para sua família e amigos.”³³⁷

Mas quem tem pelo menos um aparelho de televisão pode se divertir com os programas de auditório já dedicados a games, conforme descrito anteriormente. As rádios, do mesmo modo, oferecem diversão com games e programação interativa, mas têm optado pela radionovela. “Tribulação” foi o título da veiculada pela 93 FM do Rio de Janeiro, com 21 capítulos de 15 minutos, inspirada no livro *Deixados para trás*, de Jerry B. Jenkins e Tim LaHaye, que conta a história de três personagens que foram deixados para trás no dia do arrebatamento (parte do processo do Juízo Final, segundo interpretações da Bíblia).

A cultura *gospel* integra ainda outras atrações consagradas como, por exemplo, os passeios turísticos. Se as viagens à Terra Santa (Israel) já faziam parte da agenda de viagens de evangélicos desejosos de conhecer locações das narrativas bíblicas, as novas opções, mais modernas, incluem um “Cruzeiro Gospel”, como o oferecido por uma agência, com programação só para evangélicos. O passeio Santos-Salvador, a bordo de um transatlântico com capacidade para 1.600 pessoas durante oito dias, foi promovido pela primeira vez em 2002. O sucesso levou a uma segunda edição em 2003, que tornou o programa anual. O cruzeiro, destinado a lazer e descanso, inclui estudos bíblicos e cultos de louvor e adoração. O preço restringe o público participante – R\$ 1.900,00 por pessoa, pagos, em 2003, por 400 pessoas – mas a agência tem desenvolvido projetos para popularizar o pacote de viagem.³³⁸

5.2.5 A mídia

Consumo e entretenimento são componentes da cultura das mídias. No cenário evangélico contemporâneo, a construção da cultura *gospel*, que tem como elementos formadores a música, o consumo e o entretenimento, encontra na mídia religiosa uma importante mediação. As rádios FM *gospel* são as maiores disseminadoras da música *gospel* no Brasil e da programação – espetáculos, congressos, conferências, palestras, seminários – que a promove como orientação para um modo de vida evangélico. Rádios pertencentes a grupos que possuem gravadoras, como a Manchete e a Aleluia, privilegiam as produções próprias, sem descartar as demais. Artistas e adoradores são entrevistados ou têm suas vozes veiculadas em *spots* promocionais de produtos ou eventos nos quais estão envolvidos.

³³⁷ ECLÉSIA, São Paulo, n. 58, set. 2000. p. 51.

³³⁸ CRUZEIRO Gospel. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 19, fev. 2003. p. 51.

Essas rádios cumprem aquilo que está indicado em pesquisas: o veículo é a mais importante fonte para ouvir música nova, por isso é o principal popularizador da música.³³⁹ Por meio delas os evangélicos têm acesso às produções musicais *gospel*, participam solicitando músicas preferidas e ganham brindes que os inserem no cenário *gospel* (ingressos para espetáculos, objetos promocionais de artistas, CDs ou espetáculos; contatos pessoais com os artistas). É assim que o repertório cantado nos momentos de louvor nas igrejas acompanha as “paradas” *gospel*: novas músicas são permanentemente inseridas, e exaustivamente repetidas, enquanto outras são logo descartadas ou cantadas esporadicamente como *flashback*.

Os ouvintes também recebem os conteúdos não-musicais – entrevistas, debates e mensagens – que trabalham com linguagem que privilegia o repertório utilizado nas igrejas evangélicas, o que faz com que a programação torne-se supradenominacional e busque trabalhar com temas comuns aos círculos evangélicos. Eles giram em torno de assuntos destacados no cenário evangélico, como prática pastoral feminina, ecumenismo, participação política, homossexualismo, relação igrejas-Estado. Muitos desses assuntos são solicitados diretamente por ouvintes ou apontados por meio de pesquisas nas igrejas ou entre a audiência.

Essa programação não-musical também atua no reforço dos conteúdos que alimentam o movimento *gospel*, centrados na Teologia da Prosperidade, na Guerra Espiritual e na perspectiva intimista do cultivo da fé. Os entrevistados e debatedores são, em geral, lideranças reconhecidas no cenário evangélico ou vinculadas a igrejas, bem como personalidades do cenário sociopolítico-econômico-cultural regional ou nacional.

O espaço de propaganda inclui os comerciais dos patrocinadores e divulgação de programações de igrejas e grupos. Consumo e entretenimento são componentes imprescindíveis, como em qualquer mídia. Portanto, a grade procura acompanhar o formato das demais rádios, adaptando ao repertório *gospel* programas bem ao gosto popular, garantindo-se a conquista de audiência e patrocínio.

Assim como acontece nas rádios seculares, as evangélicas estão prontas para lançar moda e colocar o público “por dentro” do que existe de mais atual no cenário evangélico. Além disso, elas apresentam-se como veículos a serviço de Deus, como instrumentos de uma missão divina, o que promove aceitação entre os adeptos das igrejas evangélicas, como no exemplo a seguir:

³³⁹ Cf. ROTHENBUHLER, Eric W., MCCOURT, Tom. Commercial radio and popular music. In: LULL, James (Editor). *Popular Music and Communication*. 2. ed. London: Sage Publications, 1992. p. 103.

Quando a adquirimos em 1986, a Rádio Melodia FM continuara com programação secular por quase um ano por motivos de cumprimento de contratos antigos. **Mas nós, que temos sérios compromissos com a causa de Deus não estávamos fazendo aquele empreendimento sem maiores objetivos. Já estava planejado desde o início que esta rádio seria dedicada a propagação do Evangelho de Jesus Cristo que disse em suas palavras "Ide por todo o mundo e pregai o Evangelho a toda a criatura".** [grifo meu]

Ao iniciar com a programação evangélica, não imaginávamos que o sucesso seria tamanho! A rádio começou a fazer altas pontuações no IBOPE, prova que o povo de Deus não é pequeno. Uma rádio que antes fechava com baixa pontuação no Índice Geral de Audiência subia a uma velocidade espantosa.

Desde os primeiros meses de sua inauguração até hoje, a Rádio Melodia FM ocupa o primeiro lugar entre as emissoras evangélicas, estando atualmente em primeiro lugar também entre todas as emissoras do Rio de Janeiro. Todas estas vitórias de audiência não se devem somente à nossa visão cristã, mas a união e o crescimento do povo de Deus.³⁴⁰

O alcance privilegiado da mídia evangélica está no rádio, mas o poder da imagem dá aos programas na TV, ainda que com números de audiência inferiores, força, ainda mais intensificada com a tecnologia do DVD. Os clipes musicais nasceram junto com a MTV, em 1981, mas a prática de “filmar apresentações musicais” é mais antiga: remonta a 1950, com Elvis Presley, passa pelos Beatles e pelos Monkees. O objetivo – “ver música” – serve mais à promoção dos discos.³⁴¹ Nos anos 90, houve uma verdadeira febre de produção de clipes musicais, incluindo a atuação de celebridades do show business e a produção e direção de profissionais famosos. O mercado acompanha a tendência, daí a transmissão dos programas de clipes gospel, que seguem o mesmo formato – uma sequência de clipes de cantores diferentes, de diferentes formatos – como reforço à divulgação desenvolvida por meio do rádio. A imagem da música (forma de os cantores se apresentarem e coreografias de apoio) serve de inspiração e de modelo para os grupos de louvor e adoração que atuam nos momentos de culto das diferentes igrejas.

Os demais programas incluem variedades – debates de temas como uso de drogas, profissionalização dos músicos evangélicos, Halloween, participação política, etc; entrevistas com os cantores gospel, agenda de espetáculos; mensagens e reflexões bíblicas – apresentadas como seções informativas, e entretenimento como os games, elaborados no formato dos demais programas seculares.

³⁴⁰ REDE MELODIA. Disponível em: <<http://www.melodia.com.br>>. Acesso em: 1 jul. 2003.

³⁴¹ Cf. SCHWICHTENBENG, Cathy. Music video. In: LULL, James (Editor). *Popular Music and Communication*. 2. ed. London: Sage Publications, 1992. p. 116.

Na linha do rádio, os programas de TV não privilegiam determinada denominação evangélica como público-alvo; buscam desenvolver uma linguagem supradenominacional e têm em vista o segmento evangélico. Exemplos são os games que envolvem na competição grupos de diferentes denominações evangélicas. Também os programas de debates que convidam pessoas de variadas igrejas para exporem suas idéias.

Além disso, os programas televisivos têm em comum a disseminação de um formato baseado na inserção na modernidade. Cenários, disposição do apresentador e do auditório, vestuário, linguagem, tudo revela que o gospel acompanha o que há de moderno, que não há por que sustentar a clássica premissa de que “os crentes são ‘caretas’, ultrapassados”. Busca-se tornar visível o que está musicado: a idéia de que não é porque se tem fé se deve distanciar da moda, da tecnologia, da diversão. Como já mencionado no Capítulo 3 deste trabalho, a cultura gospel decretou o desaparecimento do clichê do evangélico conservador, isolado nas periferias das grandes cidades, e trouxe à cena a imagem de pessoas modernas, que vestem roupas da moda, freqüentam shoppings, divertem-se e consomem música.³⁴²

Os programas de TV também compartilham o embasamento em teologias que fundamentam a cultura gospel e sua linguagem: a Teologia da Prosperidade, a Guerra Espiritual e a perspectiva intimista do cultivo da fé. Da mesma forma que o rádio, eles são apresentados como veículos a serviço de Deus.

Com consciência do poder da imagem na era da mídia, os grupos evangélicos procuram compensar a baixa audiência dos programas de TV com a produção de vídeos e DVDs. É significativo o acervo oferecido ao público de gravações de eventos e de conferências e palestras de personalidades gospel por parte de gravadoras e ministérios de louvor e adoração.

A mais bem-sucedida de todas as mídias religiosas, a imprensa, tem amplo alcance entre os evangélicos. Dados da pesquisa “Diagnóstico do setor editorial evangélico brasileiro” mostram que as editoras movimentaram R\$ 139,1 milhões em 2002. A Editora Vida, líder entre as empresas independentes com receitas de R\$ 12,6 milhões, previu um crescimento de

³⁴² Ricardo Mariano relata, em estudo sobre os neopentecostais, um episódio ocorrido no programa “Fanzine”, transmitido na época pela TV Cultura de São Paulo, apresentado pelo escritor Marcelo Rubens Paiva. O programa de 23 de dezembro de 2003 dedicou-se ao tema “Roqueiros de Cristo” e tinha como convidados os então roqueiros da Igreja Renascer em Cristo: Brother Simion, da banda Katsbarnéia, e Manga, da Oficina G3. Mariano descreve: “Um dos entreveros decorreu do fato de os cantores e músicos da banda Fanzine, como faziam com os demais temas do programa, terem ido vestidos a caráter, isto é, de termo e gravata, cabelo engomado e com uma Bíblia a tiracolo. Simion, dizendo ‘nosso Deus é cheio de liberdade’ e argumentando que tal representação não correspondia mais à realidade, reclamou da discriminação embutida no estereótipo que pretendia tipificá-los”. Cf. MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999. p. 219.

24% em 2003. Isso pode ser explicado por outra pesquisa que indica que a média de leitura dos evangélicos brasileiros é de cerca de seis livros por ano – o dobro da média nacional.³⁴³

Afinadas com as tendências do cenário evangélico, as grandes editoras do segmento já possuem a categoria “louvor e adoração” ou “gospel” entre suas coleções. Essas produções têm como objetivos: (1) capacitar os grupos musicais que atuam nas igrejas para tornarem-se “verdadeiros adoradores”; e (2) disseminar a teologia que embasa a linha do “louvor e adoração”. Os principais livros publicados até o ano de 2003 na categoria “louvor e adoração” são:

Da Editora Betânia: *Formando Verdadeiros Adoradores; O ministério de louvor da Igreja; O Louvor e a Edificação da Igreja; Ministério de Louvor: Revolução na Vida da Igreja* (todos de João A. de Souza Filho); *Adoremos*, de Marcos Witt;

A coleção “Associação de Músicos Cristãos”, editada pela W4Endonet: *Adoração e Avivamento*, de Adhemar de Campos; *Criatividade e espiritualidade*, de Jorge Camargo; *O mover do Espírito Santo na adoração*, de Bob Fitts; *Adoração e Integridade*, de Massao Suguihara; *O que fazer com estes músicos?*, de Marcos Witt (3 edições); *O coração do artista*, de Rory Noland; *Senhor, em que posso te servir?*, de Marcos Witt;

Da Editora Vida: *Decolando nas asas do louvor*, de Atilano Muradas; *Adoração na Igreja Contemporânea*, de Carlito Paes e Sidney Costa;

Da Editora Diante do Trono: *Adoração Diante do Trono*, de Ana Paula Valadão; *Nos Braços do Pai*, de Márcio Valadão; *Louvai a Deus com danças*, de Izabel Coimbra; *Expressões Diante do Trono*, do Ministério Diante do Trono.

Da Editora Proclama: *A dinâmica do ministério da música*, de Adhemar de Campos;

Da Karys Produções: *A excelência da adoração*, de Ronaldo Bezerra;

Da Editora Eclésia: *Nova Adoração*, de Barry W. Liesch;

Independente: *Nos bastidores do Louvor*, de Wilson Teixeira.

Dentre esses trabalhos, os destaques ficam com *Adoração Diante do Trono*, de Ana Paula Valadão, lançado em maio de 2003, que em dois meses alcançou a quinta colocação na lista

³⁴³ Cf. A FORÇA do Senhor. *Veja On Line*, São Paulo, 3 jul. 2002. Disponível em: <http://www.veja.com.br/030702/p_088.html>. Acesso em: 29 nov. 2003; O LEGADO dos céus. *Isto é Dinheiro On Line*, São Paulo, 3 set. 2003. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoedinheiro/314/negocios/314_legacy_ceu.htm>. Acesso em: 10 nov. 2003.

dos mais vendidos³⁴⁴; e com *O que fazer com estes músicos?*, de Marcos Witt, lançado em 2001, que, em outubro de 2003, estava na terceira edição.

Além destes livros, de autoria de músicos ou cantores, há as publicações que desenvolvem teologias que embasam o gospel, sejam na linha das mensagens e estudos bíblicos, sejam na linha da “auto-ajuda cristã”. Os principais são:

Da Editoria Dynamus: *Os caçadores de Deus*, de Tommy Tenney; *Mensagens para a geração do avivamento*, de Dan Duke; *Firmado na Rocha*, de Rebecca Brown;

Da United Press: *Um homem segundo o coração de Deus*, de Jim George; *Uma mulher segundo o coração de Deus*, de Elizabeth George;³⁴⁵

Da Editora Mundo Cristão: *A oração de Jabez*, de Bruce Wilkinson;

Da Editora Atos: *Os descobridores de Deus*, de Tommy Tenney.

Note-se que todos os autores desses livros-base são estadunidenses e, com exceção do livro de Dan Duke, figuram na lista dos vinte mais vendidos, em julho de 2003, com destaque para *Os caçadores de Deus*, na terceira colocação por 22 semanas, e para *Firmado na Rocha*, que subiu do sexto para o quarto lugar em seis semanas na lista.³⁴⁶ Os conteúdos dos têm em comum a afirmação de que a adoração é um modo de vida – ela precisa ser experimentada na prática e na vida diária; dá ênfase no louvor (música na igreja) como “arma poderosa” para vencer o poder do mal na igreja e na vida pessoal; e oferece instruções para que o leitor se torne um “verdadeiro adorador” na vida cotidiana e no momento do culto na igreja.

O modo de ser gospel também é veiculado por meio de revistas vendidas em bancas, com significativa tiragem. As principais são a *Eclésia*, publicada pelo Grupo Bompastor, com tiragem de 55 mil exemplares, e *Enfoque Gospel*, com 50 mil exemplares, editada pelo Grupo MK de Comunicação. Note-se que ambas são editadas por grupos que atuam no mercado fonográfico: a Bompastor está inserida nesse mercado no Brasil há 30 anos e a MK é a maior gravadora gospel do presente em número de artistas, tecnologia e vendas. *Eclésia*, veiculada mensalmente desde 1996, possui leitores distribuídos nas classes A, B e C – com maioria nas duas primeiras, que incluem líderes de organizações eclesiais, pastores e dirigentes de entidades religiosas. *Enfoque Gospel*, fundada em 2001 com circulação mensal, é líder em vendas no segmento. Possui leitores majoritariamente na classe C, com menor grupo

³⁴⁴ CONSUMIDOR CRISTÃO, Atibaia, n. 23, set. 2003, p. 68.

³⁴⁵ Esta expressão lançada no livro – “um homem/mulher segundo o coração de Deus” – tem sido usada amplamente na cultura *gospel*, para expressar as pessoas que querem andar de acordo com a vontade de Deus, a exemplo do músico dos relatos bíblicos, o Rei Davi, “um homem segundo o coração de Deus”.

pertencente à classe B e minoria à classe A. A seção de cartas das duas publicações revela maioria de leitores evangélicos, mas há também manifestações de católico-romanos e não-cristãos, a maioria das mensagens que chegam a elas é elogiosa.³⁴⁷

A revista *Eclésia* optou por uma política editorial que lhe garantisse uma imagem de seriedade, credibilidade e supradenominacionalidade. Por isso, dedica cerca de um terço de sua média de 90 páginas ao jornalismo, com matérias e entrevistas de cunho sociopolítico nacional e internacional de interesse das igrejas e de temas relacionados à economia e à cultura. Nas seções fixas, um terço da revista (aproximadamente 16 páginas) apresenta uma entrevista, na maior parte das vezes, com personalidades do cenário evangélico, cartas dos leitores e colunas com reflexões e mensagens. Outras 13 páginas, em média, são voltadas à seção “Multimídia” (as variedades), subdividida em cinco retrancas (“música”, “tecnologia”, “literatura”, “vídeos” e “sintonia”). Há um suplemento de cinco páginas publicado periodicamente nos últimos dois anos, de nome “Circuito Gospel”. O um terço restante é reservado para publicidade.

Após análise de várias edições, avalia-se que ao gospel e suas expressões é reservado um quarto de *Eclésia*: cerca de 40% da publicidade refere-se a produtos e eventos (CDs e apresentações musicais, livros sobre o tema ou redigidos por autores do mundo gospel, conferências e cursos de louvor e adoração), bem como a quase totalidade das 13 páginas da seção “Multimídia” – não considerados o suplemento periódico e matérias e entrevistas, dedicadas, com frequência, a personalidades desse segmento.

Enfoque Gospel está dividida em seis seções – cartas, entrevista, gente, acontecimentos, missão e serviços – e sete colunas fixas com reflexões e mensagens. Ao contrário de *Eclésia*, Enfoque Gospel deseja oferecer variedades para um segmento em busca de “comportamento e consumo”, por isso a cobertura jornalística de temas sociopolíticos, econômicos e culturais de interesse dos evangélicos ocupa uma parcela mínima das edições (cerca de duas a três páginas) – em algumas chega a ser inexistente. Esses assuntos são abordados em artigos nas colunas “Política” e “Ética”. As matérias e entrevistas dedicam-se a temas emergentes dentro do próprio cenário evangélico, como homossexualismo, dízimo, sacerdócio feminino, Juízo Final e outros, e ocupam cerca de um quarto da publicação.

³⁴⁶ CONSUMIDOR CRISTÃO, Atibaia, n. 23, set. 2003, p. 68.

³⁴⁷ Cf. REVISTA ECLESIA, Publicidade. Disponível em: <http://www.eclasia.com.br/publicidade/informacoesgerais.html>>. Acesso em: 4 set. 2003; ENFOQUE GOSPEL, Anuncie. Disponível em: <http://www.revistaenfoque.com.br/miolo.php?aid=2>>. Acesso em 10 nov. 2003.

Como dito acima, as variedades são a tônica de Enfoque Gospel. As retrancas “família”, “jovem”, “mulher”, “homem”, “terceira idade”, “cultura”, “música”, “educação”, “esporte”, “saúde” e “meio ambiente” oferecem conteúdos relacionados à moda, ao comportamento, a dicas de beleza, à vida das celebridades. Esse conteúdo está presente em metade da revista; um quarto restante é de publicidade, com média de 60% de produtos e eventos (CDs e apresentações musicais, livros sobre o tema ou redigidos por autores do mundo gospel, conferências e cursos de louvor e adoração). Essas características tornam Enfoque Gospel a maior expressão impressa da cultura gospel no Brasil, como o próprio nome assim o sugere. Em suas páginas revela-se não só o poder do mercado da música evangélica e seus artistas e adoradores, mas a busca por “modernidade” no cenário evangélico do presente – ou de um modo de vida gospel – com sugestões de lazer, moda e cuidados com a beleza, o corpo e as emoções, incluindo questões como auto-estima e sexualidade (valores e temas até as últimas décadas desprezados pelos grupos evangélicos históricos desde as origens no Brasil).

Modernidade é sinônimo de internet que “já faz parte da vida das pessoas”. A frase foi pronunciada por Alexandre Sanches Magalhães, analista de internet do Ibope NetRatings, ao analisar números da medição do uso desse instrumento de comunicação pela população brasileira em setembro de 2003. Nesse período, o instituto de pesquisa estimou um universo de 7,2 milhões de internautas residenciais, que ficam conectados em média 12 horas e meia por mês. Magalhães acrescenta que esse consumo tem crescido em todas as faixas etárias e é equivalente a quase 5% da população do País. O número altera-se bastante quando se trabalha com o universo de pessoas que têm acesso à internet também ou exclusivamente fora de suas residências: chega a 30 milhões de pessoas, ou 20% da população, maior concentração delas nas regiões Sudeste e Sul.³⁴⁸

Portanto, não é por acaso que grupos e empresas estão investindo na criação de páginas eletrônicas ou na alocação de verba publicitária nos já existentes. Nesse contexto também tem havido investimento e crescimento do segmento evangélico. É desafio a ser respondido listar todas as páginas eletrônicas localizadas pelos mecanismos de busca na internet; elas chegam aos milhares e a lista inclui desde as mais artesanais, montadas por grupos de louvor de igrejas, até as mais sofisticadas e mais acessadas como o Aleluia, o Diante do Trono e o Super Gospel.

Há páginas eletrônicas:

³⁴⁸ Cf. MAPA da Exclusão Digital. *Comitê de Democratização da Informática*. Disponível em: <<http://www.cdi.org.br>>. Acesso em: 12 nov. 2003.

- especializadas em música, com sistemas em que se pode ouvi-las *on line* e com o oferecimento de cifras para que possam ser tocadas e cantadas nas igrejas;
- de líderes e grupos voltados para louvor e adoração, com reflexões e instruções para que as pessoas tornem-se “verdadeiras adoradoras”; oferecem também cifras de músicas;
- dos artistas e grupos *gospel* com discografia, agenda de apresentações, histórias de vida, fãs-clubes;
- das gravadoras, editoras, rádios e TVs – estas duas últimas com transmissões *on line*;
- em que os internautas cristãos podem montar a própria rádio evangélica, selecionando músicas que gostam de ouvir, espaço também em que músicos podem expor seu trabalho;
- independentes que oferecem amizade e casamento com parceiros evangélicos;
- de cartões religiosos;
- de entretenimento;
- de comércio, que oferecem para a venda os mais variados produtos destinados ao público evangélico.

Por meio das páginas, os evangélicos que acessam a internet podem ter contato com as celebridades desse segmento, ao utilizarem os sistemas de “chats” e de e-mails, e com os conteúdos mais recentes produzidos pelos grupos *gospel*.

5.2.6 As tribos evangélicas

Uma das marcas do fenômeno urbano das últimas décadas em todo o mundo é o surgimento do que se convencionou chamar “tribos”. Como já descrito no Capítulo 2 deste trabalho, elas resultam da diversidade étnica, religiosa, do nível de condição financeira, de escolaridade e do cenário urbano contemporâneo. São organizadas a partir do compartilhamento de modos de vida, formados por atitudes, padrões de consumo, gostos, crenças e vínculos de sociabilidade. Maior destaque é geralmente dado a tribos como os *punks* e as *drag queens*, freqüentemente referidos como exemplos do mundo urbano contemporâneo, mas há outros grupos, e dentre eles, as evangélicas. Estas se referem aos agrupamentos de pessoas organizados a partir da identidade evangélica – pessoas que se converteram ou aderiram a uma agremiação evangélica – e da adoção de um modo de vida *gospel* (inserção na modernidade e

liberalização de costumes). Essas tribos podem ser divididas em dois tipos: aqueles formados pelo compartilhamento de uma prática social já existente fora do campo religioso; e os constituídos em torno de igrejas alternativas.

O primeiro grupo compõe-se de pessoas que compartilham práticas como o esporte (surfistas, atletas), a expressão artística (artistas e admiradores da música, da pintura, do teatro, da dança), a vida alternativa (ecologistas, punks, rastafaris). Surgem assim grupos como os “roqueiros de Cristo”, os “surfistas de Cristo”, os “atletas de Cristo” – estes possuem até uma associação –, os “capoeiristas de Cristo”, os “artistas de Cristo”, que buscam formas próprias de viver a religião, de acordo com o seu repertório e práticas, e têm uma interpretação própria de elementos doutrinários clássicos. A leitura bíblica, por exemplo. Realizada por surfistas, transforma Jesus Cristo “no maior surfista que já existiu (...) [pois] em meio ao desespero dos discípulos, Jesus andou sobre as águas e ensinou Pedro a domar as altas ondas”.³⁴⁹

Apesar de sofrerem críticas dos mais tradicionalistas, que questionam o uso do piercing, por exemplo, muito comum entre os roqueiros, ou do cabelo rastafari, mais associado à cultura afro, há apoio suficiente para as tribos evangélicas se manterem e ampliarem sua presença no cenário religioso evangélico brasileiro. Uma razão para isso é o pensamento de que “num mundo cheio de pecados, ser um cristão verdadeiro é um dever de quem pretende se salvar. Agir como um ‘maluco de Cristo’ talvez seja uma forma de não se perder”.³⁵⁰

As tribos evangélicas do segundo grupo formam as igrejas ou ministérios alternativos, voltados especialmente para pessoas entre 25 e 45 anos. Um deles é o Bola de Neve. Iniciado em 1993, possui cinco igrejas em três estados brasileiros, organizadas em pequenos grupos de evangelismo e estudos bíblicos. Nessas congregações, os cultos são caracterizados pela informalidade, com linguagem marcada por gírias, com “louvores” em ritmo de rock e reggae. O Ministério Bola de Neve surgiu de um grupo que se desligou da Igreja Renascer em Cristo e atrai um público formado, em boa parte, por surfistas e adeptos de esportes radicais – práticas que são incentivadas nas programações propostas pela igreja.³⁵¹ Além do Bola de Neve, há a Comunidade Ágape, a Igreja Sara a Nossa Terra e o Ministério do Espírito Santo de Deus em Nome do Senhor Jesus Cristo, dentre outros.

Já existem até programas como o “Congresso Cristão Underground”, do qual participam integrantes de diversos grupos e ministérios alternativos. O congresso, já realizado em duas

³⁴⁹ SURFE um estilo de vida. *Revista Gospel*, São Paulo, n. 3, p. 2.5.

³⁵⁰ AH, eu sou maluco por Cristo... *Comunhão*, n. 39, nov. 2000, p. 29.

³⁵¹ Cf. BOLA de Neve. A bola da vez. *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 20.

edições (2000 e 2003), é organizado em espaços abertos, como praias, onde os participantes acampam, e reúne integrantes de tribos *punk*, rastafari, neohippie, *hip-hop*, *hard rock*, capoeiristas e outras, todas evangélicas. Muitos se vêem como herdeiros do Movimento de Jesus (ver Capítulo 3), dizem-se “apaixonados por Jesus” e pregam uma religião baseada na diversidade e na liberdade. Nos congressos, “metaleiros cabeludos ou carecas, cheios de *piercings* e tatuagens, jovens surfistas, rappers e capoeiristas de Cristo contaram suas histórias uns para os outros, oraram e choraram juntos”.³⁵²

O que foi descrito neste capítulo demonstra a configuração do *gospel* como uma cultura, um modo de vida. Muito mais que um movimento musical. Além de criar uma comunidade de consumidores cristãos, abriu os evangélicos para maior busca de prazer do corpo e colocou-os na modernidade. O estudioso do consumo como expressão cultural, Nestor Garcia Canclini, indicou que as pessoas consomem em cenários de diferentes escalas e com lógicas distintas, o que significa que o modo de consumir é a forma de uma sociedade ou um grupo comunicar a lógica de sua organização. Com base nesta reflexão Canclini elaborou seu conceito de consumo e de consumo cultural:

[O consumo é] o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. [O consumo cultural é] o conjunto de processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e de câmbio, ou onde ao menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica.³⁵³

O autor evoca os estudos antropológicos sobre os rituais para avançar nessa reflexão. Ele cita Mary Douglas e Baron Isherwood que afirmam, por meio de seus estudos, que os rituais permitem que cada sociedade selecione e fixe (graças a acordos coletivos) os significados que a regulam. Portanto,

os rituais servem para conter o curso dos significados e tornar explícitas as definições públicas do que o consenso geral julga valioso. Os rituais mais eficazes são os que utilizam objetos materiais para estabelecer os sentidos e as práticas que os preservam. Quanto mais caros são os bens, mais forte será a inversão afetiva e a ritualização que fixa os significados que lhe são associados.³⁵⁴

³⁵² LOUCOS por Jesus. *Eclésia*, São Paulo, n. 92, set. 2003, p. 34.

³⁵³ CANCLINI, Nestor Garcia. Comunicación y consumo en tiempos neoconservadores. *Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas, n. 81, p. 3-11, 1 trim. 93. p. 5, 8.

³⁵⁴ Idem. El consumo sirve para pensar. *Diá-logos de la comunicación*. Lima, n. 30, p. 6-9, jun. 91. p. 8.

É por isso, diz Canclini, que Douglas e Isherwood definem que muitos dos bens que se consomem são “acessórios rituais” e compreendem o consumo como um processo ritual “cuja função primária consiste em dar sentido ao rudimentar fluxo dos acontecimentos”. Comprar objetos, distribuí-los pela casa, dar-lhes um lugar e uma utilidade, são recursos para pensar o próprio corpo, a ordem social instável e as interações com o outro. Por isso, “as mercadorias servem para pensar”.³⁵⁵

Com base nestas reflexões, é possível afirmar que, na cultura *gospel*, o consumo e o entretenimento não são apenas ações que respondem à lógica do mercado e da mídia mas constituem também elementos produtores de valores e sentidos religiosos. A cultura *gospel*, desprendida de dogmas e “amarras eclesiais”, manifesta-se assim mediadora de um sagrado mais disponível, acessível e próximo. E mais, ela construiu a noção da religião-bem-de-consumo, em que se pode participar de uma igreja ou de mais de uma, sem compromisso, quando a máxima “religião não salva” adquire mais força. Com isso, a mídia passa a desempenhar o papel de mediadora não só das dimensões do consumo e do entretenimento mas doutrinária. É a mídia quem vai se alimentar das aspirações desta comunidade de consumidores de bens materiais e espirituais e devolver-lhe mensagens, orientações, estímulos, consolos. E, como mediadora, promove ainda uma unidade de consumidores/fiéis. A carta de um leitor à revista *Enfoque Gospel* é exemplar deste aspecto:

Sou grato a Deus por conhecer a verdade e quero parabenizar a revista Enfoque por se empenhar tanto na busca pela unidade entre o povo de Deus. (...) Que a revista possa sempre nos proporcionar cultura, conhecimento, entretenimento, muitas palavras de vida e entrevistas. *Thiago Q. de Oliveira, Cachoeiro de Itapemirim*³⁵⁶

O pastor Fábio Carvalho, líder da igreja alternativa Caverna de Adulão, de Belo Horizonte, captou essa tendência e prega a unidade dos evangélicos: “Hoje as tribos estão misturadas; os jovens circulam de grupo em grupo, ansiosos por encontrar o seu lugar”.³⁵⁷

Portanto, nesse novo modo de vida religioso, não importam mais a profissão de fé, o rol de membros, a prestação de contas a uma comunidade; o que importa é Deus e o acesso a ele.³⁵⁸

E isso pode acontecer por meio do consumo e da diversão, elementos que passam a ser interpretados como consagrados, pois levam a Deus.

³⁵⁵ Id. *ibid.*

³⁵⁶ APAIXONADO por música. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 26, set. 2003, Cartas, p. 8.

³⁵⁷ LOUCOS por Jesus. *Eclésia*, São Paulo, n. 92, set. 2003, p. 31.

³⁵⁸ Não é por acaso que uma das músicas mais tocadas nas rádios evangélicas no primeiro semestre de 2003 diz: “Eu, eu, eu, eu quero é Deus/não importa o que vão pensar de mim, eu quero é Deus”, música da Comunidade Evangélica de Nilópolis.

INTERLÚDIO II. ELUCIDAÇÕES A PARTIR DO OLHAR SOBRE A CONFIGURAÇÃO DA CULTURA GOSPEL

Elucidação 4 – A explosão gospel marca o cenário religioso evangélico contemporâneo e revela uma expressão cultural híbrida

O movimento musical *gospel* detonou um processo que configurou algo muito maior: uma forma cultural, um modo de vida *gospel*. Ele não é uma expressão organizada, delimitada, mas resulta do cruzamento de discursos, atitudes, comportamentos entre si e com a realidade sociopolítica e histórica.

O termo *gospel* é aqui mantido para definir esse modo de vida porque emerge do movimento que ganhou corpo nos anos 90. Essa produção de cultura alcançou uma amplitude que perpassa, senão todas, a grande maioria das igrejas e denominações evangélicas brasileiras. Tal constatação permite afirmar que o que ocorreu na passagem do século XX para o século XXI no cenário religioso evangélico foi a explosão da cultura *gospel* que se constituiu num marco da história deste segmento religioso. Esse marco se justifica pelo fato de essa expressão cultural dar visibilidade:

- (1) à consolidação da hegemonia do pentecostalismo no cenário evangélico;
- (2) à busca de modernidade e inserção dos evangélicos na lógica social;

- (3) a transformações na forma de cultura e na ética de costumes de um significativo número de igrejas, especialmente aquelas que compõem o segmento histórico de missão;
- (4) ao lugar do capitalismo globalizado no cenário religioso contemporâneo.

Com isso a cultura gospel representa um modo de vida, construído não por um grupo e enraizado em uma comunidade ou doutrina, mas formado a partir do entrecruzamento de elementos relacionados ao contexto sócio-histórico e religioso. Pode-se dizer que há aqui a manifestação de uma “cultura sem lar”, ou ainda, como indicam os estudos culturais, uma “cultura desterritorializada”.³⁵⁹ Nessa desterritorialização, caracterizada por símbolos da modernidade – a tecnologia, a mídia, o consumo de objetos materiais e bens culturais, o entretenimento –, a novidade convive com a tradição, com a conservação de aspectos “caros” ao protestantismo brasileiro. O discurso dos artistas e dos “ministros” de louvor e adoração revela nitidamente isso, o que sinaliza o hibridismo da expressão cultural gospel – hipótese que orienta o desenvolvimento deste trabalho.

Elucidação 5 – A música na cultura *gospel* é música de consumo transformada em elemento sagrado

Na dinâmica do mercado cultural, a aceitação do público é determinante tanto para o artista, para que se consolide como tal, quanto para empresários, para que vendam seus produtos. Os ministérios de louvor e adoração são uma tendência musical em alta: contratam-se cantores e grupos e novos ministérios surgem a cada dia.

A aparência física é considerada item importante na construção da imagem para o público, por isso empresários desenvolvem assessoria especial. A cultura da mídia e da moda já tem estabelecido os padrões internacionais de beleza que passam a reger o mercado das artes, que incluem pele branca e lisa, corpo magro e esguio, cabelos lisos. Aline Barros tem sucesso garantido neste quesito. No entanto, no setor da música, pesquisas demonstram que nem todos os artistas, homens ou mulheres, são considerados “bonitos” e o sucesso alcança alguns tidos como “feios”. Levantamentos concluem que não é só a aparência física o que é importa, mas os sentimentos provocados no público e, provavelmente, a “simpatia”. O fator decisivo seria o

³⁵⁹ Cf. AMARAL, Leila. *Carnaval da Alma*. Petrópolis: Vozes, 2000

conteúdo das canções (melodia e letra): “é isso que atua e pode ou não penetrar no ‘estado d’alma’ do consumidor”.³⁶⁰ Cassiane e Kléber Lucas são exemplos a serem evocados.

Para alcançar esse alvo, interessa às gravadoras reduzirem as diferenças de gosto do público, que estão demarcadas fortemente pela polarização, como vida rural e vida urbana, classes sociais, faixas etárias. Nesse ponto, a redução de diferenciação de gostos parece estar muito mais relacionada a ritmos do que ao conteúdo poético.

No campo da religião – em um contexto socioeconômico e cultural marcado pela exclusão social e pelo individualismo e em um contexto eclesial configurado por uma vasta maioria de mulheres –, a realeza de Deus, a vitória sobre as dificuldades da vida, a escolha que Deus faz de quem é fiel, o Deus que se coloca como o ser amante e amado que preenche vazios, são temas de forte acolhimento por parte do público.

Aqui é possível evocar Umberto Eco, quando se propõe a refletir sobre o conceito de canção de consumo. Para ele, trata-se de um produto industrial que não possui nenhuma intenção de arte, e sim a satisfação das demandas do mercado.³⁶¹ Ele observa, no entanto, que é perigoso discutir isso como radicalmente negativo, visto que tal instrumento pode-se constituir em um canal normal de desafogo para uma série de tensões, por exemplo, por meio do ritmo, à luz do que já foi abordado acima.

A música é uma forma singular de expressão, por possuir dimensões sociais abundantes – ouvintes e músicos podem participar da música de formas variadas: fisicamente, emocionalmente e cognitivamente. Preenche o tempo, funciona como trilha sonora de atividades de trabalho ou físicas, ajuda a escapar de cargas pessoais por meio do estímulo a fantasias e relaxamento.³⁶²

Portanto, ao comprar o CD, ao ouvir a parada de sucessos de uma rádio evangélica, ao participar do espetáculo de determinado artista *gospel*, o público está inserido na lógica e na cultura do consumo, mas não só; a esse consumo é atribuído sentido emocional, religioso. Idéias como “O povo evangélico unido apóia o trabalho do cantor ‘x’”, “Os evangélicos têm que dar força ao cantor convertido ‘y’” são alimentadas pela afirmação de que se trata de “instrumentos de Deus”, pessoas “escolhidas”; ouvi-los, sustentar o seu trabalho, é o mesmo

³⁶⁰ JAMBEIRO, Othon. *Canção de massa*. As condições da produção. São Paulo: Pioneira, 1975. p. 7.

³⁶¹ ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, sd. p. 296

³⁶² LULL, James. Popular music and communication. An introduction. In: _____. *Popular music and communication*. 2. ed. London: Sage Publications, 1992. p. 19, 24.

que ouvir e sustentar a Deus. Isso não elimina o fato de alguns evangélicos ficarem até divididos na opinião sobre “estrelato” dos artistas *gospel*: serviço a Deus ou oportunismo?

Entretanto, o que predomina aqui é que a indústria da canção *gospel* satisfaz à demanda dos evangélicos: (1) de afirmação social (os cantores têm projeção, têm sucesso e por isso levam adiante nome “evangélico”); (2) de integração ao mundo moderno (os hinos antigos são substituídos por música contemporânea; os cantores gravam CDs, produzem vídeos e DVDs, possuem páginas na internet, ganham exposição na mídia, produzem espetáculos com a tecnologia de sonorização e iluminação como qualquer outro artista secular); (3) de sintonia religiosa (os cantores e os ministérios possibilitam o “chegar mais perto de Deus”); e (4) de cumprimento da “missão de proclamar a palavra de Deus” (os cantores e os ministérios são instrumentos por quem Deus fala e que proporcionam conversões de “incrédulos”).

Elucidação 6 – A teofania das tradições monárquicas de Jerusalém é reprocessada pela cultura *gospel* pois é aquela noção teológica capaz de justificar o lugar no mercado

Uma das fortes características da cultura *gospel* é o discurso – presente nas canções e nas orientações oferecidas por líderes que treinam para o louvor e a adoração nas igrejas – que relaciona a Deus imagens como a de realeza, poder, domínio, trono, soberania, guerra. Além disso, há um acento na utilização da linguagem e de certos costumes religiosos judaicos como, por exemplo, a figura dos levitas. Por que esta compreensão está presente na cultura *gospel*?

Para responder a esta pergunta, é preciso recorrer aos estudos da Bíblia que explicam as origens do estabelecimento de uma imagem de Deus relacionada à monarquia e à guerra, e elas reportam à teofania³⁶³ construída em Jerusalém por volta do século VIII a.C. Ela nasceu de uma ideologia sustentadora da figura do rei.³⁶⁴ O povo israelita estava dividido quanto à aceitação de uma autoridade monárquica e da escolha de uma cidade onde ele estabeleceria o seu reinado. A elaboração de uma teologia, pelo rei com os líderes religiosos, de justificativa

³⁶³ Teofania é um termo que designa uma manifestação extraordinária do divino. As circunstâncias e as formas de aparição podem ser diferentes dependendo conceito de Deus. No caso da teofania das tradições monárquicas de Jerusalém o conceito de Deus esta relacionado à idéias como grandeza, realeza, soberania, guerra. Cf. TEOFANIA. In: WALDENFELS, Hans (Editor). *Léxico das religiões*. Petrópolis: Vozes, 1998.

³⁶⁴ Cf. NOTH, Martin. *Estudios sobre el Antiguo Testamento*. Madri: Ediciones Sigueme, 1985. (Biblioteca de estudios biblicos, 44). p. 145-158.

da monarquia e da cidade-centro tornou-se fator harmonizador e introduziu uma nova compreensão de Deus e das práticas religiosas.

Essa tradição nasceu de uma ideologia concebida pelo rei Davi com o apoio de sacerdotes: uma “teologia palaciana”.³⁶⁵ Foi a política que se consolidou relacionada à religião que, conseqüentemente, tomou nova forma. Isso aconteceu quando o rei Davi decidiu levar a Arca da Aliança, forte símbolo do culto israelita, para Jerusalém e reservar-lhe um local de destaque no templo que ele estava para construir. A forma de culto que tinha como centro a arca, que era itinerante, não era fixada em local determinado, acompanhava o povo no seu cotidiano, foi radicalmente transformada, em nome da tradição de países civilizados baseada em santuários locais fixos.

Para a monarquia em Israel se consolidar, centrada em Jerusalém, a Deus foi atribuída a imagem de rei, de governante, que havia escolhido ali como sua cidade e o templo como local de moradia. Jerusalém tornou-se, portanto, mais do que uma capital, base da monarquia terrena, mas cidade sagrada. É uma teologia que agregou elementos de outras tradições religiosas, como a da montanha sagrada, divina – uma tradição antiga que interpretava ser a montanha mais alta o local de residência de um deus. No caso, Jerusalém estava assentada sobre o Monte Sião, que nem é dotado de muita altitude, mas ganhou, nessa leitura teológica, o status de montanha sagrada: Jerusalém repousa sobre o monte, é a cidade mais alta e isso a qualifica como cidade real de Deus, moradia terrena dele de onde exerce o seu governo.

Aí reside a explicação para a arca se fixar naquela localidade e o estabelecimento da necessidade de uma peregrinação até ela para o culto, as festas, as ofertas. Jerusalém passou a ser o único local de culto. Essa construção teológica reuniu toda a mística, todo o mistério disponível na tradição, para convencer o povo de que era em Jerusalém que a intervenção divina se manifestava. Surgiram as imagens do Santo dos Santos, dos querubins, por exemplo.

Além da imagem da realeza e do governo (que tem embutidas as de soberania, poder, domínio, trono), a teofania da tradição monárquica de Jerusalém relaciona as de guerra, exército, também a Deus. Deus está em Jerusalém, portanto ela não pode ser abalada, ameaçada, porque lá é a cidade dele. Deus faz guerra, protege a cidade santa e exerce vitória sobre os reis estrangeiros por intermédio dos feitos dos reis israelitas terrenos – todos são derrotados.

³⁶⁵ NOTH, Martin. *Estudios sobre el Antiguo Testamento*. Madri: Ediciones Sigueme, 1985. (Biblioteca de estudios biblicos, 44). p. 145-158.

Os profetas, com poucas exceções, já pertencem a outra corrente teológica, a teologia mosaica, tribal. A teologia mosaica não valoriza a montanha, mas os sinais do deserto, a tradição do pastoreio e da caminhada nômade, que é acompanhada por Deus, caminhante e companheiro, sem morada. A teologia da tradição monárquica de Jerusalém prevalece no Antigo Testamento pois os editores desta parte da Bíblia eram pessoas ligadas a Jerusalém; entretanto é encontrada nos relatos sobre Jesus Cristo, visto que ele apresenta-se como pastor, tem o deserto como referência, critica Jerusalém. A Igreja Primitiva segue nessa compreensão do Cristo e percebe que sua expansão depende da saída de Jerusalém. A tradição judaica é preservada no movimento dos cristãos mas não a corrente de Jerusalém.

As imagens e a mística da teofania da tradição monárquica de Jerusalém são retomadas na literatura apocalíptica, e significam um recurso utilizado no judaísmo do período pós-exílico quando o povo judeu vivia sob domínio grego. É uma fase de muita luta por libertação, inclusive luta armada. A linguagem apocalíptica tem a característica de luta no plano ideológico. A expectativa de um fim dos tempos e do triunfo de um reinado de Deus não mais neste mundo é a vitória final de quem perseverar na fé a este Deus; daí retoma-se a idéia do trono, do governo, da soberania de Deus.

O discurso apocalíptico aparece no Novo Testamento pois o cristianismo primitivo recebeu forte influência das idéias apocalípticas, já que estava sob a opressão do império romano e ansiava pela imposição da lei de Deus e o juízo final. A própria referência a uma nova cidade santa, uma nova Jerusalém, está relacionada a uma nova ordem política e religiosa, onde não haverá injustiças nem templo pois a presença ressurreta do Cristo enche a cidade.³⁶⁶

É possível, a partir das noções descritas, voltar à pergunta: por que, então, a retomada da a teofania da tradição monárquica de Jerusalém na cultura *gospel*? Ela parece ser a única referência bíblica capaz de respaldar as teologias da Prosperidade e da Guerra Espiritual, mediações da cultura *gospel*, por sua vez, entrecruzadas com a mediação do capitalismo globalizado e sua lógica de mercado.

Essa teologia também parece ser a única justificativa bíblica para uma postura intimista de relacionamento com um Deus que espera unicamente ser adorado – este é o serviço que o rei espera de seus súditos. Estes, por sua vez, não desejam um Deus identificado com o pobre e o serviço. Deus precisa ser compreendido como dominador, soberano e vencedor – assim a estima dos súditos é elevada. E mais, elevada a ponto de se interpretarem não como vassalos,

³⁶⁶ KÜMMEL, Werner G. *Introdução ao Novo Testamento*. São Paulo: Paulinas, 1982. p. 594-624.

mas como herdeiros, príncipes, aqueles que têm acesso à “Sala do Trono”, que têm direito à herança da realeza (conforme ilustrado anteriormente com letras de canções popularizadas entre as igrejas evangélicas).

Daí a necessidade da seleção, da separação, próprias da teologia judaica sacerdotal, que impunha a pureza do corpo como um princípio fundamental para o alcance da atenção de Deus. Nessa lógica, os filhos de Deus, os verdadeiros adoradores, precisam ser purificados, separados, hierarquicamente organizados – ressurgem, portanto, ressignificada, a figura dos levitas.

No momento em que a lógica do capitalismo globalizado, baseada na posse material, na seleção e na competição, prevalece como base da organização social, a cultura *gospel* surge como sua extensão, ou mesmo, como expressão cultural desse capitalismo em versão religiosa.

Elucidação 7 – O mercado é elemento-chave para compreensão da cultura *gospel*

Os Capítulos 3, 4 e 5 descrevem um universo econômico-religioso. Como já referido acima, o *gospel* parece ser um fenômeno cultural do mercado. Vários autores indicam as novas características do mercado no século XXI: nele diferença e padronização convivem sincronicamente. O mercado, atravessando países, ter-se-ia consolidado como uma instância fundamental de produção de sentido. É no seu âmbito que os indivíduos constroem suas identidades, partilham expectativas de vida, modos de ser.

Este pode ser o paradigma para se compreender a transformação que ocorre hoje no jeito de ser das igrejas evangélicas. A cultura de mercado, que tem na cultura *gospel* uma de suas versões, seria uma das mediações da audiência evangélica. Esse espaço do mercado e do consumo religioso constituiria instância de partilha de padrões de cultura, de hegemonia. Isto significa que vivenciar o modo de vida *gospel* é consumir bens e serviços religiosos e divertir-se não como mera assimilação da cultura do mercado, mas como expressão religiosa.

No cenário evangélico, percebe-se, sim, uma “acomodação” à sociedade inclusiva.³⁶⁷ Isso quer dizer que os evangélicos optaram pela “dessectarização”, liberalização e modernidade ao integrarem-se a distintas esferas da vida social e à cultura urbana, caracterizadas pelo

³⁶⁷ Cf. MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999. p. 222

predomínio das novas tecnologias de comunicação e do audiovisual, pelo surgimento das tribos, pela privatização da vida coletiva, pelo individualismo, pelo confinamento em ambientes e redes sociais restritas, pelo consumo permanente de bens e pelo investimento em entretenimento.

A cultura *gospel*, dessa forma, facilitou um processo de inserção social dessa religião, marcada historicamente pela crise na relação igreja-sociedade, e, ao mesmo tempo, foi configurada por esse mesmo processo de inserção. A pregação do “mundo mal” ao qual se devia renunciar ao aderir uma igreja protestante foi relativizada e permitiu uma atenuação no controle comportamental – a clássica ética restritiva protestante do “não beber”, “não fumar”, “não dançar”, “não se misturar com o ‘mundo’”, pois “os crentes são diferentes”. No entanto, essa “acomodação à sociedade inclusiva”, concretizada no duo “consumo-entretenimento”, ganhou um sentido religioso – a cultura *gospel*.

Portanto, a cultura *gospel* é um fenômeno cultural-religioso do mercado. Ela permitiu aos evangélicos brasileiros se inserirem na forma de viver a fé e relacionar-se com o sagrado, elementos profanos, aqueles integrantes da cultura do mercado. Não parece ser uma simples rendição “ao mundo”, ou “deixar que o mundo entre na igreja”, mas um processo de sacralização de elementos profanos. É dar ao consumo e ao entretenimento, mediados pelos meios de comunicação eletrônicos, o *status* de expressão de fé.

PARTE III

REVELANDO O OLHAR: A CULTURA *GOSPEL* COMO CULTURA HÍBRIDA

Este trabalho foi até aqui desenvolvido em duas partes que apresentaram elementos de fundamentação à tese de que mais um movimento musical, o *gospel* é uma expressão cultural configurada pela tríade música-consumo e entretenimento. Esta parte final, conclusiva da pesquisa, expõe a análise de que o *gospel* é uma cultura religiosa híbrida por expressar uma mescla da modernidade com a tradição, do novo com o velho. Esse modo de vida se expressa, especialmente, em novas formas de culto religioso e na relativização da ética protestante restritiva de costumes. Já o hibridismo resulta de uma estratégia de inserção na modernidade e suas expressões hegemônicas – seja o pentecostalismo, no campo religioso, ou o capitalismo globalizado no campo sócio-histórico – com a garantia de preservação da expressão cultural religiosa tradicionalista, baseada no dualismo igreja vs. mundo, no individualismo, no intimismo religioso, no sectarismo, na rejeição da diversidade de manifestações culturais e religiosas, no antiecumenismo e no antiintelectualismo.

Para expor esta análise, esta parte é constituída por dois capítulos. Um deles traz os resultados de um estudo de caso que demonstra o cenário das transformações provocadas pela explosão da cultura *gospel*, ou seja, um estudo de como essa forma cultural se expressa em um segmento de igrejas evangélicas, o Protestantismo Histórico de Missão. O levantamento oferece dados que permitem um estudo da manifestação do fenômeno *gospel* nesse segmento. Com base no estudo de caso e nas elucidações que emergiram das partes desenvolvidas anteriormente, o capítulo final analisa o que é a cultura *gospel* por meio da apresentação de um elenco de oito aspectos que a caracterizam, e que sintetizam o caminho trilhado na compreensão do fenômeno.

CAPÍTULO 6

A EXPLOÇÃO DA CULTURA *GOSPEL* E OS PROTESTANTES HISTÓRICOS DE MISSÃO: UM ESTUDO DE CASO

Conforme descrito na trilha dos cinco capítulos até aqui desenvolvidos, a explosão *gospel* é resultado e ao mesmo tempo promotora das transformações vivenciadas no cenário religioso evangélico, em especial a partir dos anos 90. Dentre os diversos atores desse cenário, também já detalhados, são os adeptos do protestantismo histórico de missão (PHM) – as igrejas estabelecidas no Brasil a partir da atuação de missionários estadunidenses no século XIX – aqueles que vivem as transformações de forma mais intensa.

Bases para esta afirmação já foram indicadas ao longo deste trabalho:

- A cultura evangélica no Brasil, cuja construção foi iniciada pelas igrejas do PHM, assentou-se sobre os alicerces de uma negação das manifestações culturais autóctones e a supervalorização do *american way of life* e da cultura religiosa anglo-saxã; do autoritarismo, presente no forte clericalismo; da intolerância religiosa e do antiecumenismo; de uma visão de mundo dual em que o sagrado e o profano são antagônicos, concretizados no dualismo igreja-mundo, bases de um sectarismo e de uma ética restritiva de costumes e comportamentos; de um antiintelectualismo, baseado em uma fé de certezas; de uma religiosidade racional, com pouca ênfase na

emoção; de um modo de vida rural, inserindo práticas e costumes rurais nas formas de institucionalização e organização.

- Fazem parte dessa cultura evangélica as tensões decorrentes das permanentes demandas, da parte dos adeptos, de bens simbólicos religiosos que nascem da matriz religiosa brasileira. Tais tensões foram agravadas a partir dos anos 50 com o crescimento do pentecostalismo, suas diferentes expressões, e a influência de suas propostas religiosas sobre o cenário religioso brasileiro, e com o fenômeno urbano que se estabeleceu no País. O PHM também se defrontou com o avanço da ideologia do mercado de consumo e com a consolidação da cultura das mídias como hegemônica na contemporaneidade.
- O pentecostalismo de missão e o protestantismo de renovação processaram boa parte dessa forma cultural construída pelo PHM mas obtiveram mais sucesso em termos de maior crescimento numérico e visibilidade, em virtude de terem conseguido integrar-se às formas culturais populares e tentarem responder às demandas da matriz religiosa brasileira, em especial no culto – mística, uso de símbolos e ícones, expressão corporal e musicalidade em estilo popular (instrumentos musicais e ritmos).
- O pentecostalismo independente e suas diferentes expressões são conformados por grupos que já surgem como resultado dos movimentos sociopolítico-econômicos, culturais e religiosos contemporâneos e tornam-se os maiores responsáveis pela explosão da cultura *gospel*.
- A fim de garantir sua sobrevivência como expressão cultural religiosa evangélica e, por conseguinte, sua identidade, o PHM, repetindo o movimento político-religioso dos anos 60-70, negocia a introdução de novas formas culturais em seu modo de vida e garante a preservação de elementos que lhe são caros. Ou seja, abre-se à “modernidade evangélica” e (1) altera as suas práticas de culto, abrindo-as às propostas midiáticas; (2) atenua pouco a pouco as dimensões da racionalidade e da restrição aos costumes. Portanto, o PHM parece ser um dos segmentos que mais intensamente experimenta as transformações do cenário evangélico, pois se abre a mudanças em dois aspectos que lhe são primordiais: o culto e a ética de costumes³⁶⁸.

³⁶⁸ Este mesmo movimento de negociação é percebido entre as igrejas pentecostais históricas e as protestantes de renovação que também processaram novos elementos culturais no campo da ética. No que diz respeito ao culto, as mudanças não são tão radicais entre esses grupos já que o elemento místico e a busca de uma linguagem e musicalidade mais popular já eram trabalhados ao longo de sua história, como já referido.

- As mudanças são mais expressivas entre as igrejas do PHM ainda pelo fato de que o grupo advoga para si a responsabilidade de mostrar à sociedade que “os evangélicos são diferentes, os escolhidos de Deus para a verdadeira evangelização do País”. Isso o faz com referência no seu pioneirismo e influência na formação dos evangélicos no Brasil e com críticas a alguns pontos relacionados aos novos movimentos religiosos, em especial os pentecostais. Aqui reside a negociação: alguns ingredientes das novas culturas religiosas evangélicas são processáveis (os que não ferem os traços marcantes da identidade protestante histórica), outros não (aqueles identificados como sincretismo, exploração financeira ou charlatanismo). Mas aqui se observa também a tensão: como afirmar para si e mostrar à sociedade a autoridade dada por Deus aos evangélicos históricos e, ao mesmo tempo, viver novos modos de vida baseados nas novas formas religiosas “modernas”?³⁶⁹
- A resposta à tensão tem sido encontrada no processamento de novos modos de cultivar e de comportamento que são aliados a princípios baseados nos traços identitários inegociáveis. O PHM, portanto, ao mesmo tempo em que busca garantir a conservação de traços marcantes da identidade protestante no Brasil – os dualismos igreja/mundo, sagrado/profano, o sectarismo, o antiecumenismo, o clericalismo e o antiintelectualismo –, abre-se à “modernidade” e oferece a sua parcela na construção da cultura *gospel*. Esse fenômeno dual novidade-conservação aparece na formação dessa cultura principalmente nas seguintes expressões: gêneros musicais-letras das músicas; imagem do culto-conteúdo das mensagens.

Este capítulo dedica-se, portanto, ao PHM como um estudo de caso no cenário das transformações provocadas pela explosão da cultura *gospel*, ou seja, um estudo de como ela se expressa em um segmento de igrejas evangélicas. Para isso o trabalho lança mão dos dados elaborados por uma pesquisa de campo realizada em 2002 pelo grupo de pesquisa Discursus – Teologia Prática e Linguagem, da Faculdade de Teologia da Universidade Metodista de São Paulo. O levantamento, cujo objeto é a análise da presença da ideologia neoliberal no discurso *gospel*, trouxe dados que permitem um estudo da presença do fenômeno *gospel* nesse segmento.³⁷⁰

³⁶⁹ As igrejas do ramo pentecostal de missão e pentecostal de renovação aliam-se ao PHM na crítica a determinados aspectos dos novos movimentos evangélicos e na causa do estabelecimento de legitimidade.

³⁷⁰ O recurso é utilizado aqui com autorização do grupo de pesquisa Discursus, no qual a autora deste trabalho atua como docente-pesquisadora e cuja coordenação é realizada pelo prof. dr. Clóvis Pinto de Castro.

6.1. Origem e elaboração dos dados da pesquisa

Preliminarmente à interpretação dos dados, objeto deste capítulo, que toma aqui a forma de estudo de caso, importa descrever a metodologia desenvolvida pelo grupo de pesquisa Discursus que deu origem e recolheu as informações das quais se servem este trabalho.

6.1.1 Seleção da amostra

Os evangélicos do PHM representam 5% da população brasileira, de acordo com o Censo 2000/IBGE. O grupo está presente em todo o território nacional mas há diferenças em relação à localização da população brasileira. Quanto ao número de fiéis, destacam-se três das principais regiões metropolitanas: a do Rio de Janeiro, em primeiro lugar, com 8,3% do número de evangélicos do PHM; a de São Paulo, em segundo, com 4,51%; e a de Recife, na terceira colocação, com 2,35%.

O Grande ABC, onde foi realizada a pesquisa, é a segunda microrregião do estado de São Paulo com maior predominância de evangélicos do PHM com média de 4% da população (a primeira é a de Campinas). A área, portanto, possui presença significativa do PHM, o que a habilita como campo de pesquisa. As cidades do ABC com maior número de evangélicos do PHM são: São Caetano do Sul (4,11%), Santo André (3,29%) e São Bernardo do Campo (3,11%) – daí terem sido definidas como cidades *locus* do trabalho.

As igrejas pesquisadas foram escolhidas a partir do critério numérico: as três maiores do PHM, de acordo com o Censo 2000/IBGE – a Igreja Batista (37,31%), a Presbiteriana (11,57%) e a Metodista (4,01%). Foram definidas duas congregações de cada uma das igrejas: uma de bairro com população de classe A-B e outra em local de população de classe C-D,³⁷¹ num total de seis, conforme o quadro a seguir.

³⁷¹ As classificação socioeconômica “A, B, C, D, E”, indicada neste trabalho, toma por base os critérios da Associação Brasileira de Institutos de Pesquisa de Mercado (Abipeme) a partir de pesquisa de consumo.

Igreja	Cidade	Bairro	Perfil socioeconômico	Número de membros	Tempo de existência (em 2002)
1- Batista Memorial	São Caetano do Sul	Mauá	A-B	200	11 anos
2 - Batista Voz de Cristo	São Caetano do Sul	Nova Gerti	C-D	100	77 anos
3 - 1ª Presbiteriana Independente	Santo André	Centro	A-B	190	59 anos
4 - 2ª Presbiteriana Independente	Santo André	Vila Vitória	C-D	70	35 anos
5 - Metodista Central	Santo André	Jardim Santo André	B	1.065*	62 anos
6 - Metodista	São Bernardo do Campo	Vila Planalto	C-D	128	21 anos

* O número de membros desta igreja excede em muito o de participantes, que fica na faixa de 400 pessoas, segundo as lideranças. Nas demais igrejas, o número de membros corresponde ao número de participantes.

6.1.2 Definição dos instrumentos

Foram definidos dois instrumentos para a pesquisa:

- pesquisa quantitativa com questionário que mesclou questões abertas e fechadas (ver anexo), a qual visou a um conhecimento geral sobre o perfil da membresia de cada igreja com levantamento de dados pessoais, nível socioeconômico, nível de vinculação com a igreja, relação com os meios de comunicação seculares e religiosos e com o mercado.
- pesquisa qualitativa com a utilização de dois instrumentos: (1) uma entrevista em profundidade com lideranças de cada uma das igrejas e gravação em áudio; (2) observação de duas celebrações cultuais em cada uma das igrejas, com registro em relatório e gravação em áudio. Para medir a presença da ideologia neoliberal no discurso *gospel*, a pesquisa optou por analisar (1) o discurso das lideranças leigas, formadoras de opinião e condutoras de processos nas igrejas evangélicas históricas; (2) as celebrações cultuais – principal cenário de reprodução dos modelos midiáticos e de utilização de bens religiosos oferecidos pelo mercado.

6.1.3 Coleta dos dados

O questionário foi aplicado em um domingo, durante a realização da Escola Dominical nas igrejas.³⁷² Ele foi preenchido voluntariamente por membros com idade mínima de 15 anos. O número dos questionários corresponde a uma amostragem que estabeleceu um mínimo de 10% de respondentes do total do número de membros de cada igreja pesquisada. Um total de 209 questionários foi respondidos, distribuídos da seguinte forma pelos grupos:

Perfil dos entrevistados:

³⁷² Escola Dominical é uma atividade tradicional das igrejas evangélicas, realizada predominantemente nas manhãs de domingo, quando os frequentadores são distribuídos em grupos para catequese com estudos bíblicos e doutrinário. A maioria das igrejas divide os grupos por faixa etária e gênero. De acordo com os pastores das igrejas, os participantes da Escola Dominical são lideranças leigas e pessoas mais comprometidas e dedicadas à vida da congregação local.

Gênero

Faixa etária

Tempo de vinculação à igreja

Participação em outra igreja evangélica

Vinculação anterior	Batista	Metodista	Presbiteriana
Não-pentecostais			
Adventista	1,21%		
Batista		9,72%	
Congregacional			1,85
Metodista			3,07
Presbiteriana	8,54%	9,72%	
Subtotal	9,75%	19,44%	5,55%
Pentecostais			
Assembléia de Deus	9,75%	2,77%	1,85
Avivamento Bíblico	3,65%		
Batista Renovada	1,21%		
Congregação Cristã		2,77%	
Deus é Amor	1,21%		
Dinamus		1,38%	
Missão Resgate	1,21%		
Paz e Vida		1,38%	
Pentecostal	1,21%		
Renascer	1,21%		
Universal	2,43%		
Subtotal	22%	8,33%	1,85
Várias	1,21%	2,77%	3,07
Não declarada	4,9%		
TOTAL	33%	33,4%	28,23%

Os participantes das entrevistas em profundidade foram indicados pelo pastor de cada igreja pesquisada a partir do critério estabelecido pelo grupo de pesquisa: lideranças leigas da igreja. O perfil das entrevistas em cada igreja foi:

Igreja	Número de entrevistados	Tipo de liderança dos entrevistados
1	6 (cinco homens e uma mulher)	Músico, dois professores da escola dominical, conselheira de jovens, presidente do corpo diaconal e pastor
2	4 (três homens e uma mulher)	Líder de evangelismo, diácono e professor da escola dominical, músico e diretor do departamento de música e líder das mulheres
3	9 (sete homens e duas mulheres)	Coordenador local de adultos; presidente da igreja e professor da classe de novos membros; presidente da diaconia; presidente da igreja e professor da escola dominical; pastor; presbítera e professora da classe de jovens; professora da escola dominical; presbítero e professor da classe de novos membros; e coordenador dos jovens
4	4 (três homens e uma mulher)	Integrante do conselho da igreja e professor da escola dominical; professora da escola dominical e organista; integrante do conselho e tesoureiro; e integrante do conselho e orientador de adultos.

Igreja	Número de entrevistados	Tipo de liderança dos entrevistados
5	7 (cinco homens e duas mulheres)	Integrantes do ministério de louvor (músicos e vocalistas), dentre eles dois professores da escola dominical e o coordenador dos jovens
6	04 (duas mulheres e dois homens)	Presidente das mulheres e integrante de grupo musical; diretora da escola dominical; líder dos grupos de música e louvor; e líder de administração e professor da escola dominical

6.1.4 Processamento e análise dos dados

Os dados coletados foram processados da seguinte forma:

- Tabulação dos questionários por meio de programa de banco de dados informatizado especialmente elaborado para atender à pesquisa.
- Transliteração das gravações das entrevistas em profundidade e do conteúdo das celebrações cúlitas observadas.
- Sistematização dos relatórios de observação das celebrações cúlitas.

Os dados analisados indicam que os aspectos que configuram a cultura *gospel* – a sacralização da música, a cultura das mídias, o consumo e o entretenimento – estão presentes no cotidiano das principais igrejas do PHM e de sua membresia. A construção desse novo modo de vida é percebida principalmente na forma de cultuar e na atenuação de costumes que até um passado recente restringiam fortemente a ética protestante no Brasil, em especial a expressão corporal e o preenchimento do tempo ocioso com diversão. Os parágrafos que se seguem descreverão o que foi observado nas igrejas estudadas.

6.2 A explosão *gospel*: um novo estilo de culto evangélico

O estudo nas igrejas protestantes históricas de missão demonstra que há um novo estilo de culto praticado dentro de um padrão que perpassa as diferentes congregações. Os elementos destacados a seguir subsidiam esta constatação.

6.2.1 Louvor, adoração e tecnologia: o poder da música

- (1) Todas as congregações lançam mão de suporte de equipamentos eletrônicos para o culto: aparelhagens para amplificação e reprodução de som e retroprojetor. A capacidade deles varia nas congregações: as batistas e as metodistas realizam investimentos nessa área com

aparelhagem de som sofisticada, com vários canais, e retroprojetores de última geração. Uma das igrejas de perfil C-D revelou ser a maior empreendedora: era a única que possuía telão acionado por controle remoto e no período da pesquisa estava em campanha financeira para aquisição de um projetor multimídia. Observou-se, porém, que o uso dos recursos eletrônicos nos cultos é exclusivamente destinado à programação musical – em todos os demais momentos em que não há canções recorre-se ao tradicional uso da palavra falada.

- (2) Todas as igrejas são bem providas de uma variedade de instrumentos musicais e expressivo número de músicos. Nelas foi observada a presença de guitarra, baixo, bateria e teclado. Em três havia outros instrumentos de percussão como atabaque, bongô, chocalho, pandeiro e triângulo; uma contava ainda com um saxofone. Os instrumentos são elementos que compõem o altar, com exceção de uma das igrejas, dividindo o espaço com os púlpitos e a mesa da comunhão. Quando vão tocar, os músicos para lá se dirigem e ao fim da execução musical retornam aos lugares na platéia. Uma alteração foi observada em uma das igrejas que utilizam instrumentos de percussão de origem “afro” e um saxofone: eles são os únicos a ficar dispostos fora do altar, longe da guitarra, do baixo, da bateria e do teclado.
- (3) Três congregações possuem um coral e quatro possuem conjuntos musicais. O repertório dos corais inclui a hinologia clássica protestante e o dos conjuntos mescla composições evangélicas populares dos anos 70 e 80 com outras contemporâneas.
- (4) Todas as congregações incluem na programação musical do culto cânticos tradicionais dos hinários de suas respectivas igrejas; três delas inserem dois desses hinos e as demais apenas um. Em duas delas, nesse momento, o instrumento que acompanha os hinos é o órgão, e nas demais há o acompanhamento por outros instrumentos.
- (5) Todas as congregações possuem o momento de louvor na liturgia, liderado por uma equipe de louvor ou ministério de louvor. A denominação é variada: “Momento dos Cânticos Congregacionais”, “Momento dos Cânticos Espirituais ao Rei Jesus” e “Momento de Louvor”. Nessas ocasiões, todos os dirigentes lêem a Bíblia, oram e apresentam pequenos sermões, com exceção de uma delas em que não se usa falar (“ministrar”) – abre-se com uma leitura bíblica e fecha-se com uma oração. Os equipamentos eletrônicos estão a serviço deste momento: em todas as igrejas há vários microfones – um para cada cantor do grupo de louvor. Em três das igrejas os pastores deixaram o altar para participar do momento na congregação.

Igreja	Número de componentes do grupo de louvor
1	13 (três cantores – dois homens e uma mulher – e dez instrumentistas)
2	11 (seis cantores – três homens e três mulheres, incluído o pastor auxiliar – e cinco instrumentistas)
3	7 (três cantores – duas mulheres e um homem – e quatro instrumentistas)
4	6 (três cantores – dois homens e uma mulher, incluído o guitarrista – e três instrumentistas)
5	12 (sete cantores – quatro homens e três mulheres – e cinco instrumentistas)
6	8 (três cantores – um homem e duas mulheres – e cinco instrumentistas). O pastor participa das “ministrações”.

- (6) No momento de louvor são cantados um mínimo de quatro e um máximo de seis canções. Em duas igrejas esse momento é realizado duas vezes no culto. Nas demais congregações, além do momento de louvor, há a inserção de canções *gospel* em instantes diferentes, na maioria das vezes animadas pela equipe ou ministério de louvor, mas em outras pelo dirigente do culto ou pelo pastor. O quadro a seguir demonstra como acontece esse momento musical:

Igreja	Número médio de músicas no “momento de louvor”	Tempo médio do “momento de louvor”	Número médio de músicas em todo o culto	Tempo médio do culto
1	5	40 min	12	120 min
2	5	35 min	12	120 min
3	4	14 min	8	90 min
4	4	30 min	9	110 min
5	6	40 min	11	120 min
6	5	35 min	7	130 min

- (7) Com exceção de duas igrejas, em que o grupo de louvor é chamado a atuar em diferentes momentos, alguns com a liderança do pastor, nas demais o momento de louvor parece ser um “culto dentro do culto” – ou seja, canta-se, ora-se e pronunciam-se mensagens como se fosse um programa a parte, sem harmonia com o restante.
- (8) Em quatro das seis congregações são inseridas no culto apresentações musicais de solistas. Todos interpretam canções do repertório de cantores *gospel*, com *playback*, e buscam fazê-lo seguindo o estilo deles.

- (9) Em quatro das seis congregações há grupos de dança (coreografia); uma delas possui dois.
- (10) É prática oferecer aplausos ao final das interpretações dos solistas e de algumas canções entoadas com mais vibração ou de maior apelo emocional. Em determinados casos, a platéia é convidada a aplaudir a Deus ou a Jesus Cristo.
- (11) Das 119 canções cantadas pelas seis congregações nos dois cultos observados, apenas 22% não integram o repertório gospel (são os hinos clássicos e corinhos ou canções dos anos 70) e 78% pertencem a esse estilo. Os quadros a seguir mostram a preferência em relação aos cantores e grupos e aos temas das canções.

Cantores /Grupos	Predominância nos cultos observados
Comunidades (de Nilópolis, Carisma, de Goiânia, da Zona Sul, da Graça, Barreira do Corda)	27,3%
Diante do Trono	19%
Asaph Borba	10,6%
Renascer Praise	9%
Kleber Lucas	6%
Soraya Moraes	6%
Adhemar de Campos, Aline Barros, Filhos do Homem, Daniel Souza, Fernanda Brum, Vencedores por Cristo, Katsbarnéa, João José Monteiro, David Quinlan, Guilherme Kerr & Jorge Camargo	Uma canção de cada um desses cantores

Temas	Predominância nos cultos observados
Reconhecimento e rendição à realeza, ao domínio e ao poder de Deus/Jesus Cristo	36%
Louvor a Deus (incluída a perspectiva do louvor como acesso ao Deus soberano e compartilhamento do poder dele)	30%
Consagração/Avivamento	24,5%
Unidade da igreja/Comunhão	7,5%
Evangelização	2%

6.2.2 O discurso *gospel* no discurso do culto

A reprodução do discurso *gospel* disseminado pela mídia eletrônica e impressa, e pelos cursos de treinamento de louvor e adoração, está presente no culto, além das canções, em diferentes momentos cultos, como nos exemplos a seguir [grifos meus]:

Palavra de um pastor no momento de testemunhos = guerra espiritual

Deus está mostrando que ele está conosco. Hoje uma pessoa esteve na minha casa ele veio me dizer algo que, pra mim ele já sabia, ouviu que o inimigo está furioso comigo. Mas eu já sei disso, isso eu não posso nem é subestimar o inimigo e nem ele me subestimar; ficar achando que o inimigo é nada, mas também não posso ficar achando que o inimigo é tudo, porque Deus, é Ele é maior [a congregação grita “Amém!”]. O inimigo pode planejar, como diz a música, mas olha o nosso Deus é poderoso, ele nos dá o livramento [a congregação grita “Amém!”]

Sermão de um pastor = poder da música, confissão positiva

Alguém disse que no passado a nossa igreja sofria muito por não ter instrumentistas. E eu já ouvi esta história algumas vezes, e com certeza ainda vou poder ouvir, porém com ar de orgulho porque aquela igreja que sofria por não ter instrumentistas por não ter músicos, hoje é uma igreja vitoriosa [a congregação grita “Amém!”]; hoje é uma igreja poderosa, hoje a igreja é feliz, não simplesmente por ter instrumentistas, mas por termos instrumentistas que se dão bem, também trabalham, que se dão por ela... Essa igreja é uma igreja que passou por um momento difícil, onde rogava ao Senhor por músicos e hoje dá graças pela vitória. Na história da igreja alguns pastores, algumas pessoas de certa forma se destacam nessa história fazendo nosso presente um presente vitorioso um presente que é muito motivo [o pastor fala em alta voz]... para louvar e bendizer o nome de Jesus... Amém? [A congregação responde “Amém” e bate palmas]. Como a igreja de Vila Planalto é uma igreja vitoriosa... você também pode ser vitorioso... você também deve ser vitorioso... confiando... não sendo indiferente, não olhando o problema e não se importando com ele... mas encarando a situação seja ela qual for... mas confiando que por maior que seja o seu problema é o poder de Deus, poder este que me faz vitorioso, que me faz conquistador que faz sempre... viver com uma vida de ações de graças... [fala pausada e enfática]...

[Ao final da mensagem, o pastor solicita] Vire para o seu irmão da esquerda e da direita e diga “você é um vitorioso...” [as pessoas fazem o que foi sugerido e falam umas para as outras] Amém! Você é um vitorioso... Essa é a mensagem você é um vitorioso!

Palavra de um pastor no momento de testemunhos = guerra espiritual, teologia da prosperidade

O salmista diz que quando eu te clamar então retrocederão os meus inimigos. Irmãos que palavra preciosa! É por isso que nós temos que tomar posse da bênção, revelação de Deus para nossas vidas. Em Hebreus está escrito que não temerei o mal que me possa fazer o homem...

Chamado à adoração por dirigente leigo = tradição teológica do judaísmo monárquico

Que o Senhor esteja vindo reinando no nosso meio. Que nós estejamos abrindo o nosso coração para o Senhor abençoar nossas vidas nesta noite. A fidelidade do Senhor dura para sempre.

Foi possível observar o discurso *gospel* permeando os diferentes momentos de culto; entretanto, sua força está concentrada nos momentos de cânticos – seja naquele reservado para louvor e adoração, seja nas palavras introdutórias ou nas orações que seguem momentos em que canções são entoadas coletivamente ou por solistas ou grupos.

São muitos os exemplos tomados da observação dos cultos. Há uma unanimidade no sentido atribuído ao momento de louvor nas igrejas, quando os líderes expõem idéias, fazem orações, lêem a Bíblia, além de animar os cânticos; em todas foi esse o roteiro do momento de louvor. Além do conteúdo similar, as expressões verbais e as não-verbais utilizadas seguem o mesmo padrão. Os dirigentes e os cantores postam-se à frente com o microfone em punho e interpretam as músicas mais lentas com os olhos fechados, a cabeça jogada para trás, os braços levantados. Já nas músicas mais agitadas, convocam para o acompanhamento com palmas e brados de palavras de ordem. O movimento corporal integra o ritual. A distinção de uma para outra igreja dá-se apenas no tempo em que o louvor é “ministrado”, como exposto em quadro anteriormente.

Dos muitos discursos dos dirigentes do momento de louvor, todos com semelhante ênfase, é aqui destacado um, tomado como síntese exemplar do que ocorre em todas as igrejas. O discurso foi transliterado de um dos cultos [grifos meus].

Dirigente do culto - Vamos continuar louvando o Senhor agora com a equipe de louvor... os cânticos especiais...

Líder do louvor (tecladista) - Graça e paz irmãos... eu sei irmãos que tá um calor não sei... não sei como é que tá mais aqui tá brabo hoje... eu tô observando os irmãos aqui... os irmãos estão meio assim quietos, talvez seja por causa do calor... talvez seja por causa... domingo passado eu falei do time que foi pra segunda divisão e hoje o meu perdeu... mas não é por causa disso que eu tô mau aqui... gostaria que você virasse agora pro irmão aí do teu lado e falasse pra ele três motivos por que você veio aqui na casa do Senhor... um pouco mais de retorno pra mim aqui... fala três motivos por que você veio aqui na casa do Senhor... agora você vai virar pra ele aí de novo e falar o seguinte o que que você... eu acredito porque até agora o Senhor já falou comigo mas você vai falar pra ele o que... que você espera... o que Deus vai falar ainda com você hoje... fala isso pra ele... ótimo... meu Deus tava compartilhando aqui com Armínio... ah, eu gostaria que neste momento agora você fechasse seus olhos... até agora a gente... já louvamos a Deus algumas formas diferentes de estar louvando a Deus nós... no louvor a gente sabe o que é agradecer a Deus por tudo aquilo que ele nos faz... tudo aquilo que aconteceu na nossa vida Oh Pai, foi porque Deus permitiu... mesmo o que aconteceu com a irmã Marlene, a gente nunca pode esquecer que todas as coisas cooperam para o bem daqueles que amam a Deus... eu gostaria agora que neste momento que você está com os olhos fechados você comesse a engrandecer o nome do Senhor... porque ele está neste lugar... a Palavra dele fala que Deus habita no meio dos louvores... nós já temos louvores honra e glória ao nome de Jesus aqui...

Cântico – “Grande é o Senhor” (cantado três vezes)

Líder - Amém... o Senhor está nesse lugar... o Márcio leu exatamente o Salmo que eu ia comentar agora... que é o Salmo 16 versículo 11... que ele fala que onde o Senhor esta presente há o quê ?... há abundância de alegria.... você está contente por estar neste lugar? Diga amém... amém [as pessoas respondem “Amém!”] ... você está contente por estar neste lugar?... amém [as pessoas respondem “Amém!”] ... o que a gente vai fazer agora é celebrar o Deus de amor... sei que muitos conhecem essa música... eu, pessoal do coral, gostaria que me ajudasse aí,... canto com o auxílio de todos e gostaria que você exaltasse o nome do Senhor agora com palmas que você se sentisse à vontade a Palavra de Deus fala que onde há o Espírito de Deus há a liberdade você tem toda liberdade de exaltar o Senhor conforme está no seu coração....

Cânticos – “Celebrai o Deus de amor”, “Eu vejo a glória do Senhor hoje aqui” (cantado três vezes) e “O espírito do Senhor está sobre mim”

Líder - O Espírito do Senhor está sobre ti – declara isto para o seu irmão – declara isto para ele... [continua a canção] declara ao Senhor que você tá enchendo o trono Dele de louvor... (“ele vence” e “ele fala” várias vezes repetidos...)

Cântico – “Quero encher teu trono de louvor” (cantado cinco vezes)

Pastor – Jesus Cristo, tu és esta promessa, “vinde a mim todos vós que estais cansados e oprimidos e eu vos aliviarei”... nesta noite nós queremos te abençoar no nome de Jesus... eu convido o corpo diaconal que venha à frente para estar impetrando a bênção... que venha à frente... vão estar ministrando a bênção para a sua vida nesta noite... aquele que necessita do toque do amor de Deus na sua vida vai estar agora fazendo o exercício da fé... vai sair do seu banco que nós queremos te abençoar nessa noite, em nome de Jesus. A Palavra de Deus nos diz lá em Tiago que a oração do justo pode muito em seus efeitos... diz que nós temos que orar uns pelos outros devemos estar abençoando uns aos outros e nós vamos estar abençoando agora em nome de Jesus... venha aqui que *estaremos ministrando*... aqui procure um dos diáconos ele vai estar tocando o seu coração, a sua boca ... dará abrigo....

Observou-se que o momento é introduzido pelo dirigente do culto que anuncia “Vamos continuar louvando” com os “cânticos especiais”. O espaço é o de “cânticos especiais”, ou seja, marca-se uma distinção: houve outros cânticos anteriormente entoados, do hinário tradicional, orientados pelo coral, regidos pelo pastor – estes não são especiais, são comuns, rotineiros.

O líder começa o louvor descontraindo a audiência e animando-a. “Os irmãos estão meio quietos...”. Nota-se, no entanto, que a congregação já havia cantado antes – os cânticos tradicionais –, já havia orado, lido coletivamente trechos da Bíblia. As orações tinham acompanhamento vibrante com “Amém”, “Aleluia”. Os participantes haviam acabado de

ofertar. Não foram observados sinais de quietude da audiência; pelo contrário, percebia-se ampla participação e resposta às propostas do dirigente. No entanto, ele diagnostica uma “quietude”. Novamente a distinção: antes, apatia; agora, um momento de despertar. É como se o culto fosse começar naquele momento. A solicitação na seqüência reflete isto: “Gostaria que você virasse agora pro irmão aí do teu lado e falasse pra ele três motivos por que você veio aqui na casa do Senhor”. É como se fosse começar o culto...

Outro elemento: “Agora você vai virar pra ele aí de novo e falar o seguinte o que que você... eu acredito que até agora o Senhor já falou comigo, mas você vai falar pra ele o que... que você espera... o que Deus vai falar ainda com você hoje...” A solicitação inicial foi interrompida. A frase incompleta, que é posteriormente completada, parece que seria: “Agora você vai virar pra ele aí de novo e falar o seguinte o que você espera que Deus vá falar com você hoje?” O líder interrompe em tempo. Parece perceber que ia dizer algo problemático. Se tivesse assim falado, desconsideraria tudo o que havia sido feito antes – Deus não havia se manifestado em nada até ali. O líder pára e retoma o discurso: “Eu acredito que até agora o Senhor já falou comigo...”. E refaz para afirmar que considera de valor os demais momentos do culto. No entanto, a partícula a seguir mostra que o pensamento original continua presente no discurso: “Mas você vai falar para ele ... o que você espera... o que Deus vai falar ainda com você hoje...”. “Mas” denota a condição adversativa... Deus até pode ter falado “mas” sua palavra de valor ainda não foi dita. E ao solicitar que o outro diga o que espera “ainda”, está-se afirmando que ainda há chance que Deus fale de verdade e esse momento é agora.

A afirmação do momento de louvor como momento especial com Deus e para Deus prossegue com a frase “Ah, eu gostaria que nesse momento agora você fechasse seus olhos... até agora a gente... já louvamos a Deus... algumas formas diferentes de estar louvando a Deus nós... no louvor, a gente sabe o que é agradecer a Deus por tudo aquilo que ele nos faz... tudo aquilo que aconteceu na nossa vida”. De novo, a referência de momentos anteriores: “Já louvamos a Deus... algumas formas diferentes de estar louvando a Deus”. E agora, a referência ao presente: “No louvor a gente sabe o que é agradecer a Deus por tudo aquilo que ele nos faz... tudo aquilo que aconteceu na nossa vida” – ou seja, há uma conjunção adversativa oculta entre a primeira e a segunda frase. O líder parece dizer “Já louvamos a Deus... algumas formas diferentes de estar louvando a Deus... [‘mas’] no louvor a gente sabe o que é agradecer a Deus por tudo aquilo que ele nos faz... tudo aquilo que aconteceu na nossa vida”. Houve outras formas de louvor (leituras bíblicas, orações, ofertas, cânticos do hinário tradicional), mas o momento verdadeiro de agradecer a Deus é no “louvor”. E essa sintonia especial com

Deus deve ser feita de olhos fechados. Esquecer de tudo e de todos e sintonizar Deus individualmente.

O apelo à sintonia individual prossegue: “Eu gostaria agora que neste momento que você está com os olhos fechados, você começasse a engrandecer o nome do Senhor... porque ele está nesse lugar... a Palavra dele fala que Deus habita no meio dos louvores... nós já temos louvores honra e glória ao nome de Jesus aqui... eu gostaria que agora nesse momento que você está com os olhos fechados, você começasse a engrandecer o nome do Senhor...”. “Começasse” reafirma que o engrandecimento ao nome do Senhor tem início nesse momento especial pois “Deus habita no meio dos louvores” (letra de um cântico). As pessoas não precisam das outras, do coletivo – fechar os olhos e “exaltar conforme está no seu coração”: “Eu gostaria que você exaltasse o nome do Senhor agora com palmas que você se sentisse à vontade a Palavra de Deus fala que onde há o Espírito de Deus há a liberdade você tem toda liberdade de exaltar o Senhor conforme está no seu coração...”

A sintonia individual é afirmativa, pois cada um é responsável por uma cota de “louvor” a Deus: “Declara ao Senhor que você tá enchendo o trono Dele de louvor...” O poder que advém da sintonia com Deus torna possível encher o trono de Deus com louvor e isto deve ser declarado para Deus. O que é cantado por cinco vezes: “Quero encher teu trono de louvor... quero encher teu trono de adoração... quero adorar prostrado em tua presença e proclamar-te Senhor.”

A bênção pelos diáconos é o coroamento de um momento de enlevo, de chegada ao trono – ou seja, o louvor transporta a igreja aos céus, ao trono, a um nível superior, a ponto de permitir que pessoas possam “abençoar”: “nesta noite nós queremos te abençoar no nome de Jesus...”, “devemos estar abençoando uns aos outros e nós vamos estar abençoando agora em nome de Jesus...”

6.2.3 Da apatia ao dinamismo: o discurso da liderança sobre o novo modo de culto

As transformações promovidas pela explosão *gospel* no culto são bem acolhidas pelas lideranças das igrejas pesquisadas. Os trechos das entrevistas em profundidade, destacados a seguir, revelam aprovação e elogios ao novo momento [grifos meus].

Lideranças Igreja 1

Podemos falar que é bom [ter este movimento] até porque a gente vê que tem bastante número de pessoas envolvidas com música. Eu acho também que na visão ministerial, muitas pessoas têm sido alcançadas através da mídia, através do rádio... mais pessoas têm acesso à informação...

O evangelho está crescendo uma média de seis por cento ao ano. O número populacional de crescimento no Brasil gira em torno de três por cento. Então nós estamos crescendo o dobro dos evangélicos em relação ao número de pessoas. Eu creio que se a média for normalmente, ela tem a tendência de cento e noventa, um pouco mais, pela propagação, pelo testemunho, aumenta um pouco mais essa diferença de crescimento dos evangélicos em relação ao crescimento do índice populacional no Brasil... se isso ocorrer daqui, por exemplo, há dez anos quanto se cresceu mais, pelo menos houve um crescimento de dez por cento, então nós vamos, em curto prazo logo, ser a maioria no Brasil de evangélicos... o que isso dá uma visão, se trabalharmos de uma maneira honesta, justa, realmente fazendo uma obra bem feita, um trabalho bem feito, dentro daquilo a que se propõe, também no aspecto comercial, fazendo um trabalho sério, isto vai abrir muito mercado de trabalho vai abrir mercado de trabalho e vai dar muito mais condições do povo... sem perder a visão do evangelho, que a prioridade é o evangelho ser pregado. O restante é consequência. Mas nós não podemos perder a visão do evangelho e do testemunho porque quanto mais nós estivermos nos expondo, mais o povo vai estar nos vendo e mais vai cobrar. Então se nós tivermos um crescimento ordenado, com embasamento bíblico através da palavra, do testemunho, conseqüentemente o nosso crescimento vai redundar num bem em todas as áreas. Então aumenta aí a nossa responsabilidade nesse crescimento. Eu acho salutar e vai depender de nós para podermos fazer com que o evangelho possa realmente ter a dimensão que Cristo merece.

A mídia é positiva quando ela é positiva, quando ela divulga boas coisas... coisas que realmente atingem o objetivo. Aqui se usa a mídia porém com critérios... às vezes nós, como qualquer pessoa, podemos também falhar... errar... talvez adotarmos alguma coisa, depois repensarmos... e estamos buscando nos aperfeiçoar.

Esses critérios estão fundamentados na parte... por exemplo doutrinária... quando vai se aplicar alguma música, analisa-se o contexto da música, do ponto de vista doutrinário... se está adequado com a doutrina que nós pregamos.

Lideranças Igreja 2

Tenho percebido que o que tem marcado para a maior parte é a oração... muitos congressos, as pessoas têm muitas coisas boas pra nós, na parte espiritual e o louvor também tá ajudando muito...

Há um comprometimento maior, um compromisso maior de unidade e não só na área da música. A gente tem também um grande progresso na área do louvor, mas também... muitas palestras que têm vindo ao encontro do que a igreja está precisando na área de música, de santificação.

Há mais liberdade, por exemplo, bater palma... você ter liberdade de ficar glorificando e não se envolvendo com outras denominações. Aqui nós temos esta liberdade, coisas novas... a gente tem um tipo de seleção do que é que convém para nós, algumas coisas que a gente tem trazido para nossa igreja... a gente está tentando adaptar...

Na verdade tem um grupo da nossa igreja, inclusive o pastor, que tem ido a vários congressos, de várias denominações diferentes, e trazido fita de estudos bíblicos... estudo pra casais, estudos pra jovens, e palestras de músicas... a gente tem passado e procurado absorver este material e analisar este material e utilizar na medida do possível. O material é de várias origens... da Lagoinha, de vários outros congressos, seminários de música... sempre em contato com este meio participando disto e procurando atualizar estar sempre é estar em dia com o que tem acontecido.

No louvor a gente tem tido sim músicas muito mais espirituais... estar buscando a Deus na adoração na hora do louvor. Uma das coisas que eu tenho visto que tem crescido é isso aqui dentro da igreja.

A igreja seguia uma linha mais tradicional e de um tempo pra cá ela tem uma abertura maior para as pessoas se manifestarem mais, dar glória a Deus e cantar mais abertamente. A gente ainda não consegue... até a própria comunidade não aceita os que criam muito, exageram no instrumental. Isto é um movimento e a igreja ainda segue uma linha um pouco mais contida que está relacionada com uma análise mais profunda das coisas.

Lideranças Igreja 3

O louvor hoje faz parte do culto mas houve um tempo em que havia separação. Não havia louvor com instrumentos variados no culto. Foi inserida lentamente a guitarra. Agora, bateria levou um tempo. Houve uma consulta com a igreja do interesse ou não. E houve a opção pela maioria de não ter, e depois de um longo tempo ela acabou fazendo parte. A equipe de louvor existia há muito tempo, os instrumentos é que entraram depois. Paulatinamente.

Para escolher as músicas – CDs religiosos têm aos montes –, a gente ouve os CDs, vê a melodia, a letra, a gente pega a letra da música, passa para alguém assim como o pastor avaliar.

A gente tem que ser aberto para uma série de questões. Se a gente evoluiu numa série de pensamentos, é em função de uma série de embates. São pessoas que vêm e que colocam questões polêmicas como a inserção da música comercial no culto, e que trazem à tona esta necessidade de se pensar e de se criticar. É bom ou não é o movimento gospel? Temos que olhar com uma visão crítica. Nós não podemos jogar fora tudo aquilo que nos dá aquele choque, simplesmente descartar. O novo, a gente tem que analisar. São questões que a gente tem que amadurecer.

Lideranças Igreja 4

Na nossa Igreja temos novos ministérios: os ministérios de teatro e o ministério de coreografia e também a inovação do louvor, no repertório do louvor na Igreja.

Acho que houve transformação também um pouco do crescimento na parte dos jovens e também na parte dos adolescentes, dentro da Igreja, também a forma de um pouco mais de avivamento também dentro da Igreja.

O que mais marcou na minha vida, foi o sistema do culto anterior. Era silêncio, era o coral. Tinha o coro, então era um sistema, bem silêncio e com o correr dos anos veio o louvor, então deu um despertamento muito bom. Mas eu gosto do coral, as músicas cantadas no coral, aprecio mais que o louvor, eu gosto mais do hino cantado pelo coral do que do louvor. E o coral não está mais em nosso meio.

Quando a coisa é de Deus certamente não é o ritmo ou o gênero que vai ter interferência nesse momento e sim a mensagem que vai ficar bem clara para as pessoas. A pessoa vai ouvir aquele ritmo, mas vai atender aquela mensagem. Nós temos alguns cânticos que utilizamos na Igreja, que têm ritmos diversificados e que não se perde quando você canta ou quando a Igreja participa, quando é ministrado à Igreja o objetivo maior é aquela mensagem que está expressa na letra.

Lideranças Igreja 5

A forma de expressão do louvor é a mudança que mais marcou o culto nos últimos anos.

Havia coral mas não é tão freqüente quanto era antes. Agora é mais comunitário. Antes, havia a forma de cânticos apresentados.

Havia cânticos de louvor mas com violão e piano, pela mocidade. Nos últimos tempos foi quebrado um paradigma porque se achou que as músicas de igreja deveriam ser tocadas com órgão. Claro que a gente tem essa quebra com o surgimento do gospel. A gente sempre busca um equilíbrio do tradicional com o moderno.

O ministério de louvor é um ministério essencial – e um ministério que anda junto com o ministério pastoral.

O movimento gospel trouxe muita coisa boa para a identidade do jovem cristão. Abriu um pouco a igreja, abriu a mente das pessoas, abriu uma ponte entre a sociedade e a igreja. Muitos tabus caíram, muito preconceito caiu. Existia um preconceito contra os evangélicos e as pessoas que se diziam crentes. Abriu um pouco as portas da igreja para as pessoas verem do que é feito dentro.

Lideranças Igreja 6

Não tínhamos o ministério da liturgia, e depois que esse grupo foi criado a coisa mudou e os cultos, alguns anos atrás eram aquilo muito solene, muito monótono, aquela coisa às vezes se tornava até meio cansativa. Hoje é um culto mais alegre, mais vibrante, as músicas mais alegres... a gente hoje tem aquela liberdade de expressão. Se quiser bater palmas, bate; se quiser levantar a mão, levanta; o que alguns anos atrás a gente não tinha. Então acho que isso mudou muito a igreja...

Apesar de nós sempre termos tido esse momento de louvor, eu acho que nesses últimos anos aqui o louvor tem sido mais entusiasmado, mais alegre,

e tem tido a participação de todos. Então tem o coral das mulheres, tem o grupo de jovens, o grupo Kairós, e nós cantamos também... as crianças às vezes cantam, então acho que o louvor tem sido marcante na nossa igreja.

Acho que tem que ter espaço pra todos aqui na igreja. Nós temos um grupo de pagode, que é da moçada... Eu acho válido porque tem que ter espaço pra todos dentro da igreja. Eu não gosto de música sertaneja, mas se vier um grupo eu vou aceitar e posso até cantar junto...

Eu acho que a gente tem que ser muito aberto e respeitar o que o outro gosta. Eu acho “muito dez” ter todos os gêneros musicais...

A música fala primeiro e se a gente é cativado pela música, com certeza a mensagem chega. Então, como já foi dito, independente do estilo musical que eu gosto, se ele tiver abertura na igreja, com certeza eu vou estar mais aberta à mensagem que ele propõe.

Destes depoimentos, destaca-se a mudança em relação ao culto identificada com o movimento *gospel* e atrelada à música. Há um antes classificado como “solene”, “monótono”, e um depois caracterizado como mais envolvente, com a inserção de novos instrumentos, de novos ritmos e gêneros musicais e da valorização do cantar coletivo. A maior liberdade para expressão corporal também é destacada nos discursos. O papel da mídia é enfatizado, bem como os espaços de treinamento. Um dos grupos reconheceu o valor da mudança para o crescimento numérico.

6.3 A explosão *gospel*: o acesso evangélico à mídia

A pesquisa demonstrou que há uma relação significativa dos evangélicos do PHM com a mídia religiosa, especialmente a mídia eletrônica (rádio, TV e CDs). No que diz respeito à mídia impressa, a identificação não é intensa no que diz respeito a periódicos, já que os entrevistados revelaram preferência pelos jornais e revistas denominacionais. Entre os impressos, a força do mercado editorial evangélico se revela na extensa e diversificada lista de livros lidos no período do levantamento. Os dados a seguir revelam a relação com a mídia.

Relação com a mídia impressa: jornais

A pesquisa espontânea revelou que os jornais religiosos mais lidos são os denominacionais e o não-denominacional preferido é a *Folha Universal* (3,8% das indicações). Outros jornais receberam menos de 1% de menções.

Relação com a mídia impressa: revistas

Da mesma forma que os jornais, as revistas denominacionais são as mais lidas (49,28%). Dentre as demais revistas religiosas mais citadas estão a Defesa da Fé (8,1%), a Eclésia (7,2%) e a Ultimato (2,3%). Outras receberam menos de 1% de indicações.

Relação com a mídia impressa: livros

O número dos evangélicos do PHM que nunca lêem qualquer tipo de livro ficou na faixa de 19,5%. Dentre os 80,5% de leitores, 33% lêem um livro por ano, 28,22% lêem pelo menos três por ano e 25,76% lêem um livro por mês. Cerca de 43,38% lêem livros religiosos. Na pesquisa espontânea, foram feitas 105 diferentes indicações de títulos de livros religiosos, o que revela o acesso ao amplo mercado editorial evangélico. Destes, 32% possuem temas da teologia *gospel*: louvor e adoração, avivamento, guerra espiritual e prosperidade.

Relação com a mídia eletrônica: rádio

Dentre os evangélicos do PHM, 50% ouvem rádio todos os dias por um tempo superior a duas horas; 58,32% são ouvintes de rádios *gospel*. Na pesquisa espontânea foram indicadas nove emissoras evangélicas, conforme o quadro a seguir:

Emissoras de rádio religiosas preferidas

A programação religiosa preferida no rádio é a musical, com 96% de menções. Em segundo lugar estão as mensagens e reflexões, com 34,48% de indicações. Dentre os ouvintes das rádios evangélicas, 26,31% responderam a propostas de interatividade; 25,45% destes para responder a perguntas e ganhar prêmios.

Relação com a mídia eletrônica: televisão

A maioria dos evangélicos do PHM assiste à televisão todos os dias (63,63%); 50,73% assistem à programação religiosa na televisão. A maior audiência está nas igrejas de perfil C-D, com 63,46%. O quadro a seguir mostra os programas preferidos na pesquisa espontânea:

Programas religiosos de TV preferidos

Relação com a mídia eletrônica: produção fonográfica

Os evangélicos do PHM têm acesso à produção fonográfica disponível em CD. Dentre os entrevistados, apenas 13,7% não adquirem CDs musicais; a grande maioria (86,58%) compra com frequência, dependendo das promoções ou dos lançamentos. 13,4% declararam adquirir

pelo menos um CD por mês. Dos entrevistados, 28% não adquirem CDs de música não-religiosa e 63% adquirem CDs de música religiosa.

Nas respostas abertas foram indicados 84 títulos de CDs musicais religiosos preferidos dos entrevistados. Os mais indicados foram: “Minha Adoração”, da cantora Denise Cerqueira, da gravadora Zekap Gospel (25,19%); o CD “Preciso de Ti”, do Ministério Diante do Trono, gravação independente (14,17%); e “O melhor da adoração”, do Ministério Koinonia de Louvor, gravação independente (11,02%).

Relação com a mídia eletrônica: internet

Entre os evangélicos do PHM, 52,15% têm acesso à internet. As igrejas de perfil A-B são as que predominam: 65% em média.

Conteúdo preferido no acesso à internet

Dentre os que acessam a internet, 42% visitam páginas eletrônicas religiosas. O perfil socioeconômico indica variações: os entrevistados de perfil C-D processam mais páginas religiosas (média de 80%). O índice de pertencentes a igrejas de perfil A-B que acessam essas páginas fica bem abaixo (média de 33%). Foram feitas 39 indicações de páginas eletrônicas

religiosas, dentre elas as duas que receberam o maior número de indicações são relacionados à música *gospel*: a página do Ministério Diante do Trono (31,03%); a do grupo Oficina G3 (17,24%). As demais menções referem-se a páginas de igrejas, voltadas para os evangélicos em geral ou editoras evangélicas.

A intensidade da relação dos evangélicos do PHM com a mídia eletrônica leva à conclusão de que é a mídia a principal mediação no estabelecimento de um padrão de musicalidade, de práticas cúlitas e de discurso teológico cuja base é a busca de um avivamento que enfatiza intimidade com Deus, prosperidade e guerra espiritual. Os programas de TV mais assistidos, as rádios mais ouvidas, os livros mais lidos e os CDs mais adquiridos são porta-vozes desta manifestação cultural.

6.4 A explosão *gospel*: o acesso evangélico ao consumo e à diversão

A pesquisa confirmou a tendência de os evangélicos serem um público consumidor em potencial. O índice de frequência aos shoppings é revelador desta afirmação: 72% dos entrevistados vão a shoppings (21,2%) pelo menos uma vez por semana e apenas 6,8% nunca vão.

O consumo de produtos religiosos é significativo como revelam os índices tabulados. Dentre os entrevistados, 55% compram produtos religiosos – a maioria (média de 62%) está no grupo de perfil C-D. Os maiores consumidores destes produtos estão nas igrejas de Os produtos preferidos são pequenos objetos como canetas, chaveiros e recipientes, como demonstra o quadro abaixo, que lista os cinco tipos mais indicados nas respostas:

O consumo musical, já indicado no item referente à produção fonográfica – 63% dos evangélicos do PHM adquirem CDs –, é uma das principais referências do entretenimento. A pesquisa revelou alguns dados significativos neste aspecto:

- 58% ouvem música todos os dias como entretenimento e destes, 28% ouvem apenas música religiosa;
- 42,5% freqüentam espetáculos musicais não-religiosos;
- 63,4% freqüentam espetáculos musicais religiosos;
- 57,5% nunca vão a espetáculos musicais não-religiosos;
- dos que freqüentam espetáculos religiosos, 49,5% preferem ir para ouvir a música preferida cantada ao vivo; 42,26% vão por causa da multidão reunida, 19,58% para ver o cantor/cantora/banda preferida e 19,58% por motivos religiosos (unção, manifestação de Deus, comunhão, edificação/ministração, adoração). 8,24% gostam de ir ao show para dançar;
- foram feitas 36 menções de cantores evangélicos preferidos. O mais indicado foi o cantor João Alexandre (17,8%), seguido de Kleber Lucas (16,4%) e de Matos Nascimento (12,32%);

- foram feitas 24 referências a cantoras evangélicas preferidas. A que recebeu maior número de indicações foi Aline Barros (36,36%), seguida de Ana Paula Valadão (12,5%) e Cassiane (11,36%);
- das 25 indicações de bandas ou grupos musicais preferidos, o Ministério Diante do Trono recebeu 45,6%, seguido do Oficina G3, com 30,86%. O grupo Voices, na terceira colocação, ficou bem abaixo, com 7,4%.

As igrejas consomem aparatos tecnológicos. Como já mencionado anteriormente, todas fizeram investimentos em equipamentos de som e instrumentos musicais. Nas igrejas de perfil C-D é observado maior consumo neste campo.

Quanto aos demais espaços de lazer e entretenimento, o espaço doméstico, com a mídia eletrônica, é também privilegiado:

- 65,55% dos entrevistados assistem à TV em busca de programas de entretenimento (filmes, novelas, transmissões esportivas, auditório, etc.).
- 56,68% assistem a vídeos como opção de lazer; dentre estes, 19,74% pelo menos uma vez por mês e 15,28% pelo menos uma vez por semana.

A igreja ainda é uma opção de preenchimento de tempo ocioso:

- 62% participam de programas extras da igreja pelo menos uma vez por semana. Apenas 4,8% revelaram nunca participar de atividades extras;
- todas as igrejas realizam festas ou programas especiais com espaço para a dança;

Outras opções de lazer e entretenimento, fora do círculo religioso e fora do espaço privado, são menos frequentes entre os evangélicos do PHM. O cinema e os passeios possuem maiores índices:

- 60% declararam ir ao cinema “às vezes”. 23,7% nunca vão. Dentre os que frequentam periodicamente, 21% vão pelo menos uma vez por mês e 3,5% uma vez por semana. Os batistas de perfil C-D são os que menos frequentam as salas de exibição (33,33%) e os presbiterianos de perfil A-B são os que mais frequentam: 28% vão pelo menos uma vez por mês.
- 50,4% vão ao teatro com pouca frequência. 49,6% nunca vão.
- 77,58% declaram ir a passeios “às vezes” e 7,47% nunca vão. 8,6% passeiam pelo menos uma vez por mês e 6,32% pelo menos uma vez por semana.

A cultura *gospel* é revelada como modo de vida entre os evangélicos do PHM na medida em que processam elementos que são próprios dela: o consumo, em especial de produtos religiosos, sacralizados, e o entretenimento, resultado de um processo de valorização do lazer e de preenchimento de tempo ocioso não só com “trabalhos da igreja”. A audição musical e os espetáculos religiosos localizados entre as opções de lazer predominantes refletem o lugar da música nesta expressão cultural.

6.5 Um novo modo de vida no velho modo de vida

Os dados expostos nos itens anteriores demonstram a adesão dos evangélicos do PHM a um novo estilo de culto e a uma nova ética de costumes baseada no consumo e no entretenimento. Em relação ao culto, o que se vê é uma forte transformação. Inicialmente, percebe-se a adoção de um modelo, um padrão, baseado nas práticas e na teologia dos grupos de louvor e adoração. Os assuntos predominantes das canções são o aspecto mais exemplar. Isso confirma a tendência, abordada no Capítulo 4 deste trabalho, da maior popularização da linha louvor e adoração sobre a dos artistas. Os CDs mais comprados, os cantores e grupos preferidos, a temática predominante na literatura preferida, as páginas eletrônicas visitadas e a audiência no rádio e na TV indicam como a membresia das igrejas tem processado conteúdo *gospel* e multiplicado em suas práticas cúlticas.

As igrejas estudadas revelam ampla vivência do padrão *gospel*. Ainda que não haja harmonia entre o momento de louvor e o restante do culto (com exceção de duas das igrejas em que o estilo louvor e adoração permeiam todo o culto), a marca é a informalidade e não há mais a centralidade da pregação da palavra. O sermão é um elemento a mais no culto, cujo privilégio é dado à música. A abertura para a expressão corporal, com os chamados grupos de coreografia, também integra o momento musical e segue o modelo do Ministério Diante do Trono, com utilização de músicas do repertório de diferentes cantores e grupos.

Em uma das igrejas, que busca manter um culto mais tradicional, foi aberto espaço para o grupo de louvor, mas ele é bem delimitado. Os líderes não “ministram”, apenas cantam e fazem uma oração ao final. Uma leitura bíblica é permitida no início do momento musical. O espaço de louvor nos cultos funciona como outro culto e é quando as pessoas se expressam mais espontaneamente, revelam mais alegria. A repressão a essa expressão *gospel* maior nessa igreja é subvertida na oração permitida ao final do momento de louvor, que revela o tom avivalista-emotivo marcante desse espaço.

Em todas as igrejas a tecnologia é um valor para o culto. Os investimentos são grandes e revelam o privilégio à música, pois todo o aparato eletrônico existe para servi-la. Duas igrejas, por exemplo, possuem um espaço que denominam “sala dos levitas”, onde são guardados os instrumentos e equipamentos de som. Cada cantor tem um microfone e os técnicos estão sempre prontos ao serviço musical. Por vezes, perceberam-se os pastores esquecidos, tendo que solicitar aos técnicos um microfone para pronunciarem-se.

O caráter do espetáculo tem seu lugar no culto das igrejas estudadas. Em todos os momentos musicais, a postura dos cantores e o estilo da animação, como a que é feita para auditórios, indicam essa dimensão, provavelmente inspirada nos espetáculos religiosos freqüentados e nos programas de TV. Há ainda a prática de aplaudir ao final das músicas (com a lembrança da parte dos dirigentes, algumas vezes, de que devem ser para Jesus Cristo), o que reforça esse aspecto.

O discurso comum possui elementos próprios do pentecostalismo, do avivalismo, das teologias da prosperidade e da guerra espiritual; ele está presente na seleção das músicas e nas palavras proferidas nos cultos. A abertura para a emoção é evidente, tanto nas palavras e orações quanto na seleção dos cânticos, que privilegiam as baladas românticas. A expressão corporal também evidencia o espaço para a emoção em todos os cultos. O levantar de mãos, os olhos fechados e a cabeça jogada para trás e a face chorosa são expressões utilizadas em diferentes momentos, mas especialmente no musical.

O estudo com as igrejas do PHM revelou a transformação na ética de costumes, anteriormente restritiva ao lazer e ao entretenimento. Os evangélicos preenchem o seu tempo ocioso para se divertir e não apenas com os “trabalhos da igreja”. Não só a classe média mas os grupos mais empobrecidos também encontram espaço de entretenimento. O consumo revela-se como um valor entre os evangélicos e agrega-se à dimensão da diversão.

Em meio às transformações que são enfatizadas e exaltadas nos discursos, o apego à tradição é cultivado e tornado público no culto. Em todas as igrejas pesquisadas, a tradição é reverenciada por meio da inclusão de hinos clássicos dos hinários. Nas igrejas em que os hinos são tocados por outros instrumentos que não o órgão, segundo a linguagem das lideranças, eles “ganham nova roupagem”, com adaptação da melodia a gêneros mais populares ou a ritmos mais “agitados”. Esse apego à tradição é percebido nas igrejas do PHM bem além do que é explicitado. As marcas identitárias do autoritarismo, da intolerância religiosa e do antiecumenismo, de uma visão de mundo dual em que o sagrado e o profano

são antagônicos, concretizados no dualismo igreja-mundo, do sectarismo e do antiintelectualismo, são reveladas tanto no culto quanto no consumo e na diversão.

No culto, elas estão presentes no discurso das lideranças, em especial dos pastores. Dos muitos analisados um é registrado aqui como síntese exemplar do cultivo da tradição entre os evangélicos do PHM. São trechos transliterados do sermão de um pastor em um dos cultos [grifos meus que indicam elementos do autoritarismo, do exclusivismo religioso, do sectarismo e do antiintelectualismo].

Nesta noite eu gostaria muito que você pudesse compreender razões para pregar o evangelho e se depois disso que o Santo Espírito produziu, se nós não chegarmos a uma conclusão... nós temos que parar para poder estar revendo a nossa Bíblia cristã... alguma coisa está errada... nós temos que parar para rever a nossa Bíblia cristã... e o texto que eu gostaria de compartilhar com os irmãos está lá em Primeiro Coríntios, capítulo nove, versículo dezesseis... (...)

Certa vez um irmão procurou o Pastor depois do culto... Pastor você já **pregou já três vezes esse sermão... será que não teria outro sermão pro senhor pregar?... ele falou “tem irmão, depois que você praticar esse que eu tenho pregado, aí eu vou passar pro próximo”** [risos] ... muitas vezes a gente prega... prega... prega a Palavra e nem sempre parece que a Palavra atinge o coração. Se atinge, a Palavra não encontra raiz pra aprofundar no coração... produzir aquilo que Deus espera... (...)

É uma ordem do Senhor Jesus de nós irmos e pregar o evangelho a toda criatura... eu devo pregar a Palavra porque o homem **só pode ser salvo pelo evangelho... só pode ser salvo pelas boas-novas vindas da palavra de Deus, a palavra da verdade**, e por isso eu devo, portanto, pregar a palavra... a pessoa só pode ser salva através da palavra de Deus que mostra... que direciona... que revela a pessoa de Cristo... através da palavra que nós encontramos o meio para a salvação das nossas vidas... (...)

Porque o homem só pode ser salvo pela palavra... não é por ser bonzinho de fazer caridade. Isso é importante... aqueles que são salvos em Cristo Jesus pela palavra pelo grande amor de Jesus pelo seu sacrifício santo, quando encontramos em Jesus resposta para as nossas ansiedades espirituais, aí sim que nos alivia de poder ser também socorrer os pobres e os necessitados vamos fazer com muito mais alegria com prazer... porque nós temos o Senhor da nossa vida que nos conduz a agir... portanto é através de Cristo Jesus que podemos encontrar salvação para nossas almas... porque eu devo pregar a palavra... porque se eu não pregar a palavra... eu vou ter que prestar conta diante de Deus... **sabe irmãos, esse texto que eu vou ler para os irmãos... não quero intimidá-los mas é a palavra de Deus para despertá-lo nesta noite... esta é a grande realidade... eu devo pregar a palavra porque eu vou ter que prestar conta diante de Deus por ter omitido de anunciar a verdade de Deus...** diz um texto lá em Ezequiel capítulo trinta e três verso oito... **se eu não disser ao ímpio o ímpio certamente morrerás e tu não lhes falar para desviar o ímpio do seu caminho morrerá este ímpio na sua iniquidade... mas o seu sangue eu demandarei da tua mão... não é tremendo irmãos...** (...)

Porque se eu não pregar eu vou ter que dar conta diante de Deus para esta missão que Deus me delegou... **porque eu devo pregar a palavra em tempo e fora de tempo eu não preciso completar todo o curso teológico para pregar a palavra... antes de fazer teologia a gente já fazia grandes cruzadas de evangelização e louvamos a Deus porque Deus nos usa com aquilo que nós temos...** sabe amados, eu devo pregar a palavra porque eu posso contemplar as vidas sempre salvas por essa palavra... e eu devo pregar a palavra porque o Senhor conta comigo... porque o Senhor conta com você por isso eu tenho que pregar a palavra...

A postura autoritária, impositiva, clerical que caracteriza o protestantismo brasileiro revela-se neste discurso em diversos momentos: a ênfase na ordem que vem de Deus e no fato de o pastor ser o seu porta-voz, daí a legitimidade para também ordenar; o convencimento dos ouvintes com o recurso da linguagem da ameaça e da intimidação; a ironia contida na anedota. Já a postura religiosa exclusivista é explicitada na constante reafirmação de que é somente com a adesão ao cristianismo (protestante) que a salvação é encontrada, e é descartada a possibilidades de que Deus possa oferecer a salvação a pessoas ao atentar para suas posturas evangélicas (no *strito senso* da palavra).

O antiintelectualismo marcante na identidade protestante brasileira é manifestado no descarte do preparo teológico para se cumprir a ordem de Deus. A ironia em torno da não-necessidade de realização de um “curso teológico” para “pregar a palavra” traz embutido um desprezo com a formação teológica – ela não é necessária para se fazer o que realmente importa para Deus.

Nas demais práticas, a tradição evangélica do sectarismo, baseado na visão dual que separa da igreja do mundo, revela-se no próprio elemento transformador que é a abertura na ética de costumes. Os evangélicos consomem, se divertem, valorizam o corpo, mas no espaço evangélico, ou seja, o consumo cultural é religioso. Os inúmeros produtos criados levam a marca *gospel*, religiosa. As opções de lazer e entretenimento mais aceitas estão dentro da esfera religiosa – a música e os espetáculos religiosos, e as programações das igrejas que incluem até a dança, mas são programações da igreja. No mais, a opção alternativa fica no espaço privado que resguarda o corpo das tentações do mundo – o espaço da casa, com a TV e a internet.

O exclusivismo religioso também marca as práticas, que permanecem antiecumênicas. Todas as igrejas estudadas têm pouco ou nenhum contato com outras confissões evangélicas. Com respeito aos católico-romanos, o relacionamento é nulo. Nenhuma igreja participa,

oficialmente, de iniciativas pela unidade cristã, como a Semana de Oração pela Unidade dos Cristãos, promovida pelo Conselho Nacional de Igrejas Cristãs, e nem mesmo de propostas como a Marcha para Jesus ou concentrações como a do Ministério Diante do Trono (a primeira realizada anualmente em São Paulo e a segunda, em 2003 na mesma cidade). As lideranças não estimulam tais práticas e a participação acontece mas como opção individual dos membros. Aqui ela é maior nas iniciativas interdenominacionais evangélicas e quase nula nas iniciativas ecumênicas. Estas características da tradição evangélica são percebidas não somente entre os adeptos do PHM mas nas demais igrejas de outros segmentos evangélicos.

Conclui-se, portanto, que os evangélicos do PHM participam da construção da cultura *gospel*, processando as transformações que os colocam na modernidade e os abrem para uma aproximação da sociedade, em especial no campo da música, do culto e dos costumes. Ao mesmo tempo, faz parte dessa construção a conservação de elementos caros e marcantes da identidade evangélica brasileira. Estes não se transformam, são preservados e passam a conviver com o novo.

CAPÍTULO 7

O HÍBRIDO *GOSPEL*: “VINHO NOVO EM ODRES VELHOS”

No desenvolvimento deste trabalho foram elencadas elucidações que emergiram dos estudos para os quais se voltaram a primeira e a segunda partes referentes, respectivamente, às bases teóricas que fundamentam uma análise do fenômeno *gospel* sob um olhar comunicacional, e a compreensão do processo de configuração do *gospel* como cultura. Tais elucidações foram registradas nos trechos denominados “Interlúdio I” e “Interlúdio II” e representam esclarecimentos, ou iluminações, resultantes do relacionamento dos conteúdos desenvolvidos nos capítulos com a hipótese estabelecida de que o *gospel*, mais do que movimento –, como algumas análises têm-se referido ao fenômeno –, é uma cultura religiosa híbrida.

Neste capítulo final, o que se pretende é aproximar essas reflexões das indicações da pesquisa de campo registradas no capítulo anterior e concluir o percurso de defesa da tese.

O termo cultura híbrida está sendo desenvolvido neste trabalho a partir de uma perspectiva não complacente do *gospel*, ou seja, responder, numa perspectiva crítica, à indagação: o que o *gospel* representa culturalmente para os evangélicos no Brasil? O crítico aqui não corresponde a uma condenação da cultura *gospel*, mas a ir além do aspecto meramente descritivo e assumir uma atitude crítica ética a qual leva à tese de que o *gospel* é híbrido porque entrecruza aspectos da modernidade e da tradição, mas não representa um modo de vida que traz em si o

novo, a criação, como seus promotores buscam pensar e fazer pensar, mas trata-se de um modo de vida cuja novidade é superficial, ou seja, não traz mudança de valor central.

A cultura *gospel* é uma cultura religiosa, um modo de vida construído por um segmento cristão brasileiro – os evangélicos. Portanto, ela é um modo de viver e experimentar a fé no sagrado dentro do qual há um sistema de significações que resulta de todas as formas de atividade social desse segmento religioso. Esse emerge da vivência dos evangélicos entre si e com outros grupos sociais, em outras esferas sociais que não a religiosa. Por isso é possível afirmar que a cultura *gospel* tornou-se mediação da experiência religiosa evangélica no Brasil mas é ao mesmo tempo mediada por elementos que operam na construção deste modo de vida – a tradição protestante, o sistema sociopolítico e econômico do capitalismo globalizado, os sistemas eclesiais e os meios de comunicação são os principais – presentes nas formas de atividade social dos evangélicos.

É possível, a partir do estudo dessas mediações, sistematizar a configuração da cultura *gospel* com a indicação de pelo menos oito elementos-chave que reúnem as idéias apresentadas nos capítulos anteriores. Eles podem ser classificados como caracterizadores da cultura *gospel*:

- (1) a inserção na modernidade, representada pela sacralização do consumo e pela mediação da tecnologia e dos meios de comunicação no desenvolvimento da religiosidade evangélica, em especial nas práticas de culto;
- (2) a sacralização de gêneros musicais populares brasileiros;
- (3) a relativização da tradição de santidade protestante puritana de restrição nos costumes, de rejeição da sociedade e das diferentes expressões culturais brasileiras com a busca da valorização do corpo – expressão corporal e lazer – e a construção da imagem de que os adeptos do segmento evangélico são cidadãos “normais”, não isolados, mas inseridos socialmente;
- (4) o rompimento com a teologia apocalipsista/milenarista indiferente aos eventos da história, pregadora da salvação e de vida melhor “no céu”, e ênfase na Teologia da Prosperidade e da Guerra Espiritual que pregam vitória e superação dos sofrimentos na terra com prosperidade pessoal e interpretação da inserção no sistema socioeconômico como sinal da bênção de Deus na vida do cristão; o desenvolvimento de uma prática religiosa avivalista, base da conduta pentecostal, como potencialização da experiência de piedade individual, com busca intimista mais intensa e contrita de Deus e externalização da emoção nas reuniões coletivas.

Conseqüentemente, um tipo de renovação das igrejas é almejado como reação a um suposto “esfriamento” da vivência religiosa;

- (5) o reprocessamento da teofania das tradições monárquicas de Jerusalém;
- (6) a conservação de elementos da cultura evangélica brasileira construídos na prática pietista dos missionários estadunidenses responsáveis pela crise na relação entre protestantismo e sociedade brasileira; e
- (7) a desterritorialização revelada no não-enraizamento da vivência religiosa *gospel* em um grupo evangélico específico e na padronização do modo de vida que supera diferenças socioculturais e doutrinárias.

A seguir será apresentada uma síntese dos aspectos que fundamentam esta tese, elaborada a partir das elucidações emergentes dos estudos e análises aqui apresentados e do estudo de caso desenvolvido no Capítulo 6. A descrição e a análise destes oito elementos que dão forma à cultura *gospel*, registradas a seguir, revelam o caráter híbrido desse modo de vida, com base na compreensão que vem sendo desenvolvida como referencial teórico desta tese. Espera-se com essas idéias contribuir para uma compreensão do fenômeno *gospel* e com os estudos comunicacionais com um novo olhar sobre a hibridez cultural.

7.1 Inserção na modernidade: sacralização do consumo, mediação da tecnologia e dos meios de comunicação

Modernidade, como categoria cultural, indica a superação dos aspectos relacionados ao mundo antigo e medieval, refletida na novidade do presente face ao passado, na arte e na cultura, na vida social, política e econômica, na filosofia e na religião. Interpretada como um processo cujas origens remetem ao século XVI com consolidação nos séculos XVIII e XIX, tem como principais elementos constituintes: o valor ao indivíduo e aos seus direitos, que tem por conseqüência a noção de democracia; a expansão do mercado capitalista; e o desenvolvimento tecnológico. Eles assentam-se sobre três pilares: a razão, a ciência e o progresso.³⁷³

³⁷³ Estes aspectos podem ser encontrados nas idéias de pensadores da modernidade tais como Max Weber, Anthony Giddens, Jürgen Habermas, Pierre Bourdier, Jean Baudrillard. Um diálogo contemporâneo com as idéias destes pensadores, a partir de uma síntese das características da modernidade que eles elencaram, está presente nas obras do culturalista THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2000; *A mídia e a modernidade*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

A relação entre religião e modernidade sempre esteve em tensão. A substituição da religião pela ciência, na busca da interpretação do real, emancipou o ser humano e provocou um processo de secularização do pensamento e da sociedade, referido nas análises sócio-históricas como “o desencantamento do mundo”.

Diferente do catolicismo-romano, o protestantismo, desde os primórdios, representou uma tentativa de acompanhamento das transformações em curso já século XVI. No campo da teologia, por exemplo, as ênfases reformadoras na livre interpretação da Bíblia e no sacerdócio universal de todos os crentes já eram embutidas nos ideais de valor ao indivíduo, o que resultou mais tarde no desenvolvimento da ética individual do protestantismo e no denominacionalismo.³⁷⁴ O crescimento da separação da razão e da fé com o desenvolvimento do Iluminismo aumentou as críticas do racionalismo ao cristianismo mas também fez surgir as críticas no interior do protestantismo à religião histórica, fundamentada no fanatismo e na intolerância, e emergir a proposta de substituição por uma religião mais racional. A teologia liberal do século XIX, é um exemplo: filha da modernidade, foi mediada pelo desenvolvimento da arqueologia e da antropologia, que proporcionaram novas formas de leitura da Bíblia. O aparecimento do movimento fundamentalista do século XX – reação à teologia liberal – deu o tom de tensão no interior do protestantismo.

Entretanto, é no campo socioeconômico-político que o encontro protestantismo e modernidade acontece harmonicamente. O clássico estudo de Max Weber, *A ética protestante e o espírito do capitalismo*,³⁷⁵ analisa este aspecto a partir da pergunta: “Por que razão as regiões de maior desenvolvimento econômico foram, ao mesmo tempo, particularmente favoráveis a uma revolução na igreja?” Para Weber, o protestantismo foi o impulsionador de uma nova ordem econômica e técnica, por meio da ética dos reformadores, que enfatizava a vocação dada por Deus para o trabalho. Com Lutero, tal vocação tinha a função religiosa. Calvino foi além e pregou o trabalho como graça de Deus na ação dos seus eleitos, produzindo bens e desenvolvimento econômico. Os puritanos promoveram o casamento da noção calvinista com suas ênfases na disciplina do corpo e da mente e configuraram padrões de comportamento condizentes com o sistema capitalista – moderação nos gastos, sobriedade, dedicação ao trabalho, por exemplo. Essa ética, segundo Weber, moldou posturas e ações das chamadas nações protestantes e transformou o mundo. O capitalismo e o desenvolvimento

³⁷⁴ O denominacionalismo é fragmentação do protestantismo em diferentes grupos como uma resposta ao conflito de interesses que opunha as igrejas em seus objetivos de autopreservação e de ampliação de poder. Cf. NIEBUHR, H. Richard. *As origens sociais das denominações cristãs*. São Paulo/São Bernardo do Campo: ASTE/Ciências da Religião, 1992.

³⁷⁵ WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1983.

tecnológico, dois dos elementos constituintes da modernidade, eles próprios foram um efeito do protestantismo.

Foi exatamente a relação protestantismo-modernidade que abriu as portas para o trabalho missionário protestante no Brasil. O período compreendido entre o começo do século XVIII à metade do século seguinte foi marcado no Brasil pela influência do clima filosófico evolucionista, positivista e liberal sobre a intelectualidade política, determinante para as mudanças sociopolíticas e econômicas implementadas no País, bem como para a relação Igreja-Estado. Nesse momento a maçonaria teve um papel importante pois pregava, além de outras idéias, a luta pelo “progresso” do Brasil por meio do desenvolvimento da educação leiga, da expansão do conhecimento científico e técnico (não estorvado pela teologia) e da importação de imigrantes “progressistas” e tecnicamente educados, dos Estados Germânicos, da Inglaterra e de outras nações protestantes.³⁷⁶

Conforme referido no Capítulo 2 deste trabalho, apesar das propostas modernizadoras presentes no protestantismo brasileiro, por meio da educação (as escolas e universidades implantadas) e do anticlericalismo que agradava à classe dirigente, a cultura evangélica construída no Brasil baseada no puritanismo, no sectarismo, no exclusivismo religioso e na negação das diferentes manifestações culturais predominou. Aliada a esses aspectos estava a teologia apocalipsista que fundamentava uma religião de negação do mundo e valorização do “céu e proporcionava a interpretação de que o “crente” era apenas um peregrino neste mundo; mesmo que ele vivesse em sofrimento e a pobreza, a perseverança seria uma virtude que o levaria a uma vida melhor, com Deus.

Isso provocou uma crise na relação igreja-sociedade e o conseqüente isolamento dos evangélicos das questões sociopolíticas, econômicas e culturais vividas no País. A modernidade deixou de ser valorizada na experiência brasileira, bem como a inserção no sistema proporcionador de progresso.

Nos anos de 80-90 a cultura *gospel* configurou um novo modo de vida evangélico mediado por aspectos do sistema econômico e político do capitalismo globalizado que alcançou o país. O Brasil acabava de deixar para trás uma história de vinte anos de ditadura militar e preparava-se para construir uma nova democracia. Projetos de Brasil foram apresentados. Nas primeiras eleições presidenciais diretas (1989) a proposta vencedora foi justamente a de

³⁷⁶ Cf. VIEIRA, Davi Gueiros. *O Protestantismo, a Maçonaria e a Questão Religiosa no Brasil*. 2. ed. Brasília: UnB, [1996]. p. 40-47.

introdução definitiva do Brasil na modernidade: democracia com mercado livre e desenvolvimento tecnológico.

Ao mesmo tempo, o chamado “desencantamento do mundo” não triunfou. Percebeu-se um crescimento de novos movimentos religiosos dentro e fora do cristianismo e simultaneamente uma volta à cena de religiões antigas anteriormente sufocadas pelo Ocidente como o islamismo e as religiões do extremo Oriente. Nesse novo reencantamento do mundo há harmonia e também rompimento com capitalismo globalizado, percebidos por meio de expressões religiosas liberalizantes e de expressões fundamentalistas.³⁷⁷

O capitalismo globalizado, do mercado que atravessa os países, consolidou-se como uma instância fundamental de produção de sentido; no seu âmbito os indivíduos no tempo presente constroem suas identidades, partilham expectativas de vida e modos de ser.³⁷⁸ Este pode ser o paradigma para se compreender a transformação que ocorre hoje no modo de ser das igrejas evangélicas configurada na cultura *gospel*.

A cultura *gospel* é resultado desse reencantamento dentro do protestantismo brasileiro, num movimento liberalizante de sacralização do consumo e de investimento em recursos tecnológicos e nos meios de comunicação, conforme já analisado anteriormente neste trabalho. Com isso, os evangélicos passam a condicionar o desenvolvimento de sua religiosidade, em especial o culto, à mediação destes elementos. Predominantemente, não há mais culto em igrejas protestantes sem eletrônica e não há mais devoção pessoal sem a mídia – o estudo de caso demonstrou isto nitidamente.

Percebe-se, mais uma vez, a mediação da tradição na transformação que a cultura *gospel* representa. A tradição opera na recuperação da aproximação protestantismo-modernidade/espírito do capitalismo, embora aqui também esteja também reprocessada pelo sistema socioeconômico.

Em sua análise sobre a relação protestantismo-modernidade, Weber concluiu: quando o ascetismo saiu dos mosteiros e foi levado para a vida profissional, passando a influenciar a moralidade secular, contribuiu “poderosamente para a formação da moderna ordem econômica e técnica”. O protestantismo ascético remodelou o mundo e os bens materiais, que eram o seu fim, assumiram força sobre os homens. Para Weber, porém, com o triunfo do capitalismo, o espírito religioso “safou-se da prisão”, e o capitalismo, vencedor, não careceria

³⁷⁷ LIBÂNIO, João Batista. *A religião no início do milênio*. São Paulo: Loyola, 2002.

³⁷⁸ Cf. ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994; Idem. *Um outro território*. Ensaio sobre a mundialização. São Paulo: Olho D'água. [s.d.].

mais dele. Isso pode ser observado nos países protestantes, onde a procura da riqueza está despida da religião e cada vez mais associada com “paixões puramente mundanas”. O pensador termina afirmando: “Ninguém sabe ainda a quem caberá no futuro viver nessa prisão”.³⁷⁹

O futuro indicado por Weber, que está sendo vivido hoje, demonstra, por meio da cultura *gospel*, que é o protestantismo quem agora está preso ao espírito do capitalismo. Quando os evangélicos brasileiros inserem nas suas práticas religiosas aspectos profanos, aqueles integrantes da modernidade, e estes passam a produzir sentido à sua forma de viver a fé e relacionar-se com o sagrado, revelam como esta nova ascese protestante revela-se uma homologia do sistema socioeconômico em curso. As características descritas a seguir vão corroborar esta idéia.

7.2 Sacralização de gêneros musicais populares brasileiros

Como já destacado no Capítulo 4 deste trabalho, a música sempre teve lugar privilegiado na prática religiosa cristã, interpretada como canal de inspiração e de comunicação com Deus. Na história do protestantismo, ela se destaca dessa forma mas também como veículo para o evangelismo – a busca de novos adeptos.

Isso foi inaugurado com Lutero na Alemanha do século XVI, quando conforme já mencionado, organizou uma coletânea de hinos protestantes utilizando ritmos populares e mesmo substituindo/transpondo as letras de algumas canções de domínio público por mensagens religiosas (o que foi denominado por Lutero de contrafação). A estratégia foi seguida por outros pastores europeus e logo surgiu um cancionário protestante que, além dos salmos e dos hinos clássicos, sacralizava cânticos populares.

Nas reuniões dos movimentos avivalistas nos Estados Unidos, a partir do século XIX, prática similar adotou-se com a criação de composições populares, de melodia e letra simples e forte tom emocionalista. O destino manifesto, que alimentou a postura de superioridade cultural dos missionários protestantes estadunidenses que aportaram no Brasil no século XIX, os inibiu de seguir a estratégia luterana de popularizar a mensagem evangelística por meio da música e apenas traduziram ou adaptaram letras do cancionário protestante para o português. As melodias eram as mesmas de origem européia e estadunidense.

³⁷⁹ WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1983. p. 130-131.

Nessa compreensão, a conversão dos adeptos deveria se dar pela mensagem das letras e não por uma identificação cultural. Mais ainda, a cultura religiosa protestante brasileira deveria demarcar uma distinção: sua música sagrada era a música popular dos outros povos, uma “bênção” recebida destes que possuíam outras “maravilhas grandiosas” a serem almejadas pelos brasileiros.³⁸⁰

A abertura para novos ritmos aconteceu no Brasil, como já descrito no Capítulo 3, somente nos anos 50, com o movimento pentecostal e as organizações paraeclesiásticas estadunidenses. O primeiro inseriu no seu cancionário ritmos populares como as marchinhas e o sertanejo, e as segundas trouxeram os “corinhos”, resultado do movimento avivalista, com as marchas e as baladas românticas. Nos anos 70, as paraeclesiásticas inseriram o rock, com a influência do Movimento de Jesus.

Ainda assim, a música sacralizada pela cultura evangélica brasileira permanecia aquela originada da “cultura superior”. Os gêneros musicais populares do País, provenientes das expressões indígena, católico-romana e africana, continuavam marginalizados interpretados como demoníacos. Isto ocorria mesmo no pentecostalismo, que buscava uma aproximação maior com a população mais empobrecida. O uso das marchas e do sertanejo significava o vínculo dos pentecostais com a sua origem, o mundo rural, mas havia o desprezo pelos outros gêneros populares, que eram demonizados.

A cultura *gospel* transformou esse quadro de forma significativa. Historicamente, os gêneros mais consagrados no repertório musical evangélico eram aqueles mais tradicionais e bem aceitos entre os adeptos: as baladas românticas, o rock, o pop e o sertanejo. No entanto, o movimento abriu espaço para outros, até então rejeitados pela cultura evangélica. Gêneros também populares mas associados pelos religiosos a grupos marginalizados – como o *rap*, o *funk*, o *hip-hop*, o forró, o *reggae* –, e às festas profanas – como o samba, o pagode, o *axé-music*, a marcha-rancho e o frevo – passaram a ser sacralizados, ou seja, ouvidos por evangélicos como parte de suas práticas de devoção pessoal e inseridos na liturgia, interpretados coletivamente, por grupos musicais ou reproduzidos eletronicamente para ser coreografados.

Entraram também nessa corrente os instrumentos musicais antes relegados ao mundo profano. Com a adoção de ritmos populares, foram admitidos mais freqüentemente na liturgia

³⁸⁰ O verso “Maravilhas grandiosas/outros povos têm/bênçãos venham semelhantes/sobre nós também” é parte do hino “Santo Espírito” (nº 65) da coletânea mais recente de hinos protestantes clássicos intitulada *Hinário Evangélico*.

tambores, atabaques, chocalhos, os pandeiros. As orientações dos treinamentos para “louvor e adoração”, descritas no Capítulo 4, e o estudo de caso exposto no Capítulo 6 deste trabalho mostram isso.

Percebe-se no processo a mediação da tradição. Na cultura *gospel* ela opera na recuperação da prática da pregação evangelística, de conquista de adeptos, por meio de aproximação com o popular, de valorização de expressões musicais brasileiras, de associação do sagrado com o que nasce da vivência global, coletiva e cotidiana. O que havia sido negado e esquecido pelos missionários que implantaram o protestantismo nestas terras é recuperado pelo *gospel*.

No entanto, não é somente a tradição que opera a transformação. O mercado e os meios de comunicação também participam dessa aproximação do popular. O mercado fonográfico já demonstrou que o gosto popular revelado nas listas de venda de discos e nos índices de audiência predomina nas baladas românticas – os consagrados artistas seculares de sertanejo e pagode mesclam estes ritmos, do mesmo modo que o rock nacional de sucesso. Os meios de comunicação partilham destas fatias do mercado com amplo número de horas dedicadas à reprodução de músicas destas mesclas musicais, com maior destaque para os artistas a eles relacionados.³⁸¹

Com o crescimento do mercado e dos meios de comunicação religiosos e com a abertura do mercado e dos meios de comunicação seculares ao segmento evangélico, a aproximação do popular torna-se elemento prioritário e condicional para sucesso e conquista de público. Na lista das músicas mais tocadas e mais vendidas do mercado e dos meios de comunicação religiosos, as baladas mescladas com sertanejo, pagode e rock estão no topo. As igrejas evangélicas expressam esta cultura nas suas práticas de culto e nas atividades evangelísticas. Isto se revela também em outras parcelas do mercado, como o de instrumentos musicais, como já mencionado no Capítulo 2 deste trabalho.

O estudo de caso, descrito no Capítulo 6, confirma esta tendência nas práticas das congregações. Portanto, a cultura *gospel* processou aspectos da cultura do mercado e da cultura das mídias e privilegia as expressões musicais do gosto popular, o que leva à conclusão de que o *gospel* tornou-se uma versão de mercado do século XXI da prática luterana de aproximação do popular do século XVI.

³⁸¹ Cf. NOPEM, Rio de Janeiro: Nopem Editora, jan.-jul. 2003.

7.3 Relativização da tradição de santidade protestante puritana: valorização do corpo e inserção social

Como já desenvolvido neste trabalho, a cultura evangélica no Brasil foi construída com bases na ética puritana de restrição de costumes, especialmente aqueles identificados com a cultura urbana.

O movimento puritano foi uma tendência protestante originada na Inglaterra, inspirada em movimentos religiosos de outras regiões da Europa. Os puritanos, teologicamente calvinistas, defendiam, entre outros aspectos: a) que o culto na Igreja Anglicana não adotasse “vestimentas e aparatos cerimoniais que tinham sido conservados da velha ordem medieval”; b) a forma de governo presbiteriana – sem bispos e mais congregacionalista; c) disciplina severa para clérigos e leigos “cuja conduta moral não satisfazia aos padrões elevados do modelo genebrino” (calvinista).³⁸² Essa disciplina rígida implicava em uma ética de costumes bastante restrita, em especial no que dizia respeito ao lazer e ao prazer do corpo, considerado o templo do Espírito Santo de Deus.

No século XVIII, uma transformação se processou no puritanismo, devido à ascendência do arminianismo – movimento holandês de reação ao calvinismo extremado. O puritanismo inglês deixou-se inspirar por essas idéias, passando a pregar que cada pessoa deveria fazer a sua parte, na busca por salvação e na reforma da própria vida.

Os puritanos promoveram o casamento dessa tendência calvinista com suas ênfases na disciplina do corpo e da mente e configuraram padrões de comportamento condizentes com o sistema capitalista em ascensão – moderação nos gastos, sobriedade e dedicação ao trabalho, por exemplo. Essa ética, segundo Weber, moldou posturas e ações das chamadas nações protestantes, conforme já referido anteriormente.

A forte inspiração puritana no protestantismo brasileiro, no entanto, desenvolveu consequências diferentes daquelas estudadas por Weber. As qualidades decorrentes dos padrões de comportamento podem ser constatadas, mas os adeptos passaram a recorrer à disciplina, não para beneficiar-se do mundo, mas para resguardar-se dele. A ética puritana de restrição de costumes no Brasil representava uma forma de comunicar a negação do catolicismo e marcar a identidade protestante. A abstinência da bebida alcoólica, do fumo, da

³⁸² Cf. MENDONÇA, Antônio Gouveia. *O Celeste Porvir*. A inserção do protestantismo no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 35.

participação em festas dançantes e populares, em especial o Carnaval, e dos divertimentos populares como o teatro, o cinema, a música popular deveria dizer ao mundo que os protestantes eram diferentes. Porém, não era apenas o testemunho aos outros o que era visado, mas também o que se deveria prestar, em qualquer circunstância, a si mesmo, a fim de alcançar a salvação. A ética construída na cultura evangélica no Brasil foi uma ética de busca de santidade como separação do mundo.³⁸³

Esse resguardo da sociedade e a interpretação dela como “mundo mal a ser evitado” geraram uma crise na relação protestantismo-sociedade ao apresentar-se como negação das manifestações culturais brasileiras e exigir dos adeptos um comportamento diferenciado das normas de conduta vigentes na cultura brasileira. Com isso, os evangélicos afastaram muitos simpatizantes e possíveis adeptos do protestantismo, além de criarem barreiras com a sociedade em geral, especialmente com os jovens³⁸⁴. Contraditoriamente, os evangélicos chegaram ao final do século XX desejando e desenvolvendo processos de inserção na modernidade. Adicionaram aos elementos configuradores do novo modo de ser em construção – a cultura *gospel* – a valorização do corpo. Não poderia ser diferente para qualquer grupo social que buscasse acompanhar as tendências da modernidade na passagem para o século XXI e para um novo milênio.

A busca de satisfação pessoal impôs não só mudanças no ritmo de vida, em especial nas grandes metrópoles, mas nos valores, cujos resultados incluíram o desenvolvimento de um individualismo marcado pela ética do sucesso e pelo hedonismo. E aqui o corpo passa a ser um valor central: o casamento capitalismo globalizado-avanço tecnológico sintonizado com essa tendência passou a oferecer o consumo, o entretenimento e os recursos para modelagem do corpo como meios de alcance da auto-realização, da felicidade e do prazer sem medida.

O culto à beleza encontrou na descoberta de recursos da ciência um espaço privilegiado para lucros astronômicos. A cirurgia estética deixou de ser uma necessidade real para corrigir problemas e tornou-se um instrumento de ajuste aos padrões de beleza impostos pelo

³⁸³ Cf. VELASQUES Filho, Prócoro. “Sim” a Deus e “não” à vida. MENDONÇA. A. G., VELASQUES FILHO, P. *Introdução ao Protestantismo no Brasil*. São Paulo/São Bernardo do Campo: Loyola/Ciências da Religião, 1990. p. 205-230; ALVES, Rubem. *Protestantismo e Repressão*. São Paulo: Ática, 1979. p. 230.

³⁸⁴ Aqui uma das possíveis explicações ao não crescimento numérico significativo no protestantismo brasileiro. Um aumento marcante veio ocorrer somente a partir da consolidação da vertente pentecostal nas metrópoles nos anos 50.

mercado. Num mundo em que a fome ainda é uma realidade alarmante, nada tem sido mais valorizado como as dietas de emagrecimento.³⁸⁵

O lugar dos shopping-centers como centros de consumo de bens e de serviços, incluído o lazer, a proliferação de academias de ginástica e de clínicas de beleza, o crescimento da indústria da moda, são alguns exemplos concretos dessa modernidade na passagem do século XX para o XXI.

Como ser moderno sem acompanhar tal tendência? O *gospel* respondeu à pergunta colocando o corpo como valor no modo de vida evangélico. Se antes o cuidado com ele era sinônimo de restrições, repressão, com vistas ao estabelecimento de uma distinção social e à busca de uma realidade a-histórica, agora se torna vital relativizar esse princípio e proporcionar-lhe expressão mais livre de amarras morais. Consumo, modelagem do corpo, adesão à moda passam a ser incentivados nos círculos evangélicos. Os artistas evangélicos passam a ser figuras exemplares, assim como os seculares. O lazer e o entretenimento são inseridos como ingredientes para o modo de vida evangélico, e a dança e a expressão corporal incentivadas também nos momentos de culto.

A cultura *gospel* atenua, portanto, a ética puritana no que diz respeito ao corpo e, ao mesmo tempo, reconstrói a imagem pública dos evangélicos ao incentivar-lhes a uma vida “normal”, inserida socialmente. A separação social deixa de ser, com a cultura *gospel*, um valor evangélico.

Vê-se que é facilitado um processo de inserção social desse grupo religioso, marcado historicamente pela crise na relação igreja-sociedade, o que proporcionou às igrejas que processaram o novo modo de vida um crescimento significativo no número de adeptos. Com o *gospel*, a pregação do “mundo mal” ao qual se devia renunciar ao aderir a uma igreja protestante perdeu o sentido e permitiu-se um afrouxamento no controle comportamental – a clássica ética de costumes protestantes do “não se misturar com o ‘mundo’”, pois “os crentes são diferentes”. A busca da santidade ganha contornos também diferenciados e reflete a inserção na modernidade pois não se visam resultados numa realidade a-histórica, mas na própria história. A santidade, a comunhão com Deus, geram benefícios no “aqui e agora”, no esforço de satisfação pessoal tanto do ponto de vista da religião – neste aspecto

³⁸⁵ Os jornais brasileiros freqüentemente publicam matérias que revelam este contexto, seja nas seções referentes à saúde, seja nas seções referentes ao mundo dos negócios. Ver, por exemplo, EXTREMOS do corpo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 mar. 2002, Folha Teen, p. 2-4; SAÚDE e beleza são remédio contra a crise. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 8 set. 2002, Caderno Negócios, p. 13; COM suor, academia cresce na crise. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 9 nov. 2003, Caderno Negócios, p. 3.

individualizada, privatizada – como socioeconômico (reconhecimento social, lucro financeiro, acúmulo de bens, etc.).

7.4 Rompimento com as teologias escapistas e pregação de inserção no sistema socioeconômico

O cristianismo, em seu desenvolvimento histórico, devido à influência do dualismo próprio de filosofias gregas e às leituras literalistas da Bíblia, construiu as imagens do inferno, onde habita o Diabo e seus seguidores, como oposição ao céu, onde Deus habita juntamente com os anjos. Estes locais seriam o destino da alma dos seres vivos, resultado de uma opção durante a vida: servir a Deus ou ao Diabo.

Se, na colonização latino-americana, os portugueses e espanhóis católicos já agiam respaldados por uma leitura da Bíblia que legitimava o projeto europeu expansionista, na chegada do protestantismo ao Brasil, três séculos depois, o processo não foi diferente. Os missionários estadunidenses que aqui aportaram trouxeram consigo a herança das disputas teológicas dos séculos XVIII e XIX e da guerra civil dos EUA, que semearam em muitos grupos uma certa decepção com o projeto de implementação de uma nova sociedade – o Reino de Deus na terra. Era o limiar das chamadas teologias escapistas, que remetiam a noção de projeto de Deus para uma vida nova (Reino de Deus) fora da história e desacreditavam da participação humana no processo de estabelecimento desse projeto que, definitivamente, não seria deste mundo.

Uma dessas teologias era o milenarismo, com ênfase apocalipsista, também subdividida. Por um lado, havia os que os estudiosos designam por “pré-milenaristas”, que assumiam as teologias escapistas da insuficiência das realizações terrenas e de espera pelo Reino de Cristo e criavam a noção de que a segunda vinda de Cristo, para o julgamento de todos os povos e o estabelecimento do seu Reino, ocorreria antes do final do milênio. De outro lado, identificam-se os “pós-milenaristas”, que se recusavam a rejeitar a participação humana na construção do Reino de Deus, considerando que a segunda vinda de Cristo se daria quando a humanidade estivesse totalmente pronta, o que só ocorreria após a virada do segundo milênio³⁸⁶.

A cultura evangélica construída no Brasil assentou-se sobre estas teologias, com isso o medo da morte e do inferno foi combinado com o moralismo individualista e o céu tornou-se

³⁸⁶ Cf. MENDONÇA, A. Vocação ao Fundamentalismo. In: MENDONÇA, A. G., VELASQUES FILHO, P. *Introdução ao Protestantismo no Brasil*. São Paulo/São Bernardo do Campo: Loyola/Ciências da Religião, 1990. p. 136-138.

promessa redentora aos convertidos. Uma vez convertidos, os adeptos do protestantismo passaram a refazer sua concepção da vida e da morte. A morte não seria um fim, mas uma passagem para a vida eterna. Não era mais necessário temê-la.

Antes da conversão a morte é terror, depois, ela é bênção, nesta concepção; por isso, passou a ser comum na cultura evangélica a utilização de expressões como “ser promovido à glória”, “passar a habitar com o Senhor”, “dormir no Senhor”, “ser levado aos tabernáculos eternos” para definir a morte. Por conseguinte, a vida passou a ser interpretada como estar a caminho do céu. O “crente” é um caminhante, um peregrino, que pode passar por tribulações, dificuldades, mas tudo será compensado após a morte, quando chegar “aos braços do Senhor”, desde que o comportamento na terra seja considerado como o de um verdadeiro cristão – quem não bebe, não fuma, não dança, não joga, não se liga nos prazeres “do mundo”³⁸⁷.

Se as teologias escapistas nasceram das disputas teológicas dos séculos XVIII e XIX e da decepção com o projeto de implementação de uma nova sociedade, seqüela da guerra civil dos EUA, a passagem do século XX para o XXI, marcada pelo avanço do capitalismo globalizado, promove o que se poderia chamar, num movimento antônimo ao anterior, o nascimento das teologias adesivas.

Como já mencionado no Capítulo 2 deste trabalho, o sistema sociopolítico e econômico em curso tornou possível o sucesso de duas formas religiosas que romperam com as teologias escapistas – a Teologia da Prosperidade e a Guerra Espiritual. Elas desenvolveram uma interpretação de que o “crente” tem direito – adquirido por meio da busca da santidade e da comunhão com Deus – a gozar uma vida de tranquilidade e conforto neste mundo. Estabelece-se uma relação de troca com Deus: o “crente” se dedica e se compromete com Deus e Deus, por seu turno, o recompensa na forma de bênçãos materiais como auto-sustento financeiro, acesso aos bens oferecidos pelo sistema por meio do consumo e saúde do corpo para desfrute desses benefícios. Dessa forma, a expectativa pelo “porvir” é substituída pelo “aqui e agora”.

Percebe-se, de forma nítida, um reprocessamento da lógica do sistema que se resume à equação: inserção no sistema = acumulação de bens materiais por meio do consumo + domínio de tecnologia + eficiência na participação na produção. O resultado é competição: a teologia que adere a esse sistema passa a pregar que os vencedores da grande competição social são os “escolhidos de Deus” e a acumulação de bens materiais é interpretada como bênçãos para os “filhos do Rei” (ou “Príncipes”). Na mesma direção, pregam-se duas

³⁸⁷ Cf. ALVES, R. *Protestantismo e Repressão*. São Paulo: Ática, 1979. p. 137-142.

explicações para quem perde a competição social e experimenta pobreza, dificuldades financeiras e enfermidades. A primeira é de que a derrota é resultado de pouca dedicação a Deus e a responsabilidade é única e exclusiva do “crente” que pouco fez para receber as bênçãos. A segunda indica que há forças do mal atuando no mundo para que os “filhos do Rei” sejam derrotados; nesse caso, é necessário “destruir o mal” que impede que eles alcancem as bênçãos da prosperidade, por isso devem invocar todo o poder que lhes é de direito para estabelecer uma guerra contra as “potestades do mal”.

Estas teologias são fruto de um movimento denominado “confissão positiva”, já citado, que pregam o direito a reinar com Deus e desfrutar das suas riquezas e do seu poder. Elas buscam responder à necessidade de aumento da auto-estima dos adeptos das igrejas e da população em geral vitimadas pelas políticas econômicas excludentes implantadas no mundo. Esta é uma das possíveis razões do sucesso de tais teologias na religiosidade evangélica brasileira. Outra possível razão é que a “confissão positiva” carrega elementos da matriz religiosa brasileira: concebem-se pobreza, doença, as agruras da vida, qualquer sofrimento do cristão como resultado de um fracasso – concretização da falta de fé ou de vida em pecado.

O modo de vida *gospel*, de inserção na modernidade, de busca de aproximação com expressões culturais populares e de relativização da tradição de santidade puritana, é alimentado pela interpretação teológica do “aqui e agora”, da capacidade de consumir como sinal de comunhão com Deus, do direito de reinar com Deus que elege seus adeptos como “príncipes”.

Já foram mencionados neste trabalho exemplos de discursos baseados nessa compreensão, presentes em letras de canções e em orientações de líderes do movimento de louvor e adoração. Há ainda outros exemplos da concretização dessas teologias no novo modo de vida evangélico configurado pelo *gospel* como: o crescimento do mercado evangélico e a eleição dos evangélicos como segmento de mercado; a adoção da linguagem e das estratégias de marketing nas práticas religiosas evangélicas; a inserção de técnicas de auto-ajuda (“pensamento positivo”) na liturgia; e o estabelecimento do poder de abençoar, como Deus, a todos os adeptos que se apresentarem como verdadeiros adoradores de Deus. O estudo de caso demonstrou a presença de todos estes elementos nas práticas das congregações.

7.5 Desenvolvimento de uma prática religiosa avivalista: mística, emoção e renovação

Os missionários que vieram para o Brasil no século XIX trouxeram a teologia e os métodos dos movimentos de avivamento estadunidenses. Entretanto, os herdeiros do avivalismo no Brasil são os grupos pentecostais que mantiveram a ênfase emocionalista, especialmente, durante todo o século XX..

O pentecostalismo representou, no Brasil, três explosões que exerceram fortes efeitos sobre os demais ramos do cristianismo. A primeira foi sua implementação no País, na década de 1930, com a ênfase no dom de línguas. A segunda foi sua expansão pelo mundo urbano nos anos 50, com o surgimento de igrejas pentecostais fundadas por líderes brasileiros e a ênfase na cura divina. A terceira, principalmente nos anos 80, com o aparecimento de um extenso número de novas igrejas lideradas por brasileiros, e com novas ênfases e práticas: intensificação da guerra espiritual contra as “potestades do mal”; pregação da teologia da prosperidade; liberação da ética comportamental restritiva de santidade; e estrutura administrativa empresarial.³⁸⁸

As igrejas históricas passaram a receber influência marcante da presença pentecostal em cada um desses períodos. Do segundo período, duas conseqüências são detectadas: (1) foi gerado o chamado o movimento carismático – uma forma de pentecostalismo desenvolvida no interior das igrejas históricas, voltada para a busca de uma experiência emocional e mística com Deus, centrada na manifestação extraordinária do Espírito Santo por meio de dons, principalmente o de expressão oral em línguas estranhas, celestiais (glossolalia); e (2) a reação conservadora dos anos 60 ao pentecostalismo ainda minoritário, e ao movimento carismático que tentava preencher o vazio deixado pela “caça às bruxas” pós-1964, cujo desdobramento foi uma das maiores divisões no protestantismo histórico brasileiro, que implicou no surgimento das igrejas de renovação, fruto de cisões em todas as denominações históricas de missão.

O movimento carismático remanescente no interior das igrejas históricas foi alimentado, em parte, pelas organizações paraeclesiais que atuaram no Brasil nesse segundo período e trouxeram elementos de outros movimentos de avivamento estadunidenses, como o Movimento de Jesus, voltado para a juventude.

³⁸⁸ Cf. MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999. p. 23-49.

A cultura *gospel* tem raízes neste avivamento dos anos de 60 e 70 mas sua ascensão aconteceu com a explosão pentecostal dos anos 80 e suas novas teologias e práticas, que justamente aquelas configuradas no *gospel*. Importa lembrar que o sucesso do pentecostalismo no Brasil – e, conseqüentemente dos movimentos avivalistas e carismáticos entre os evangélicos brasileiros –, está também estreitamente relacionado à sua aproximação com a matriz religiosa brasileira. O avivalismo concretizado no pentecostalismo e no carismatismo reprocessam elementos dessa matriz em um novo esquema religioso, o qual estabelece principalmente a divisão do que é de Deus e do que é do Diabo com base nos seguintes aspectos da religiosidade básica comum da população brasileira:

- Compreensão de Deus como aquele que ajuda e abençoa, mas também castiga. Sua capacidade de perdão está diretamente relacionada ao cumprimento de deveres e obrigações do fiel. A Teologia da Prosperidade reprocessa essa compreensão.
- Cultivo de uma relação direta com Deus, sem a necessidade de intermediários, daí a aversão a ritos e um apego a formas intimistas de culto. A ausência de uma rígida ordem litúrgica e a abertura à participação espontânea da audiência refletem bem esse caráter.
- Compreensão de fé como pensamento positivo, otimismo e confiança – quem tem fé supera dificuldades e vence na vida. Esse é mais um elemento reprocessado pela Teologia da Prosperidade.
- Desapego às instituições religiosas e busca de liberdade para praticar a religião. A atenuação do controle de membresia (livro de rol, por exemplo) aproximou o pentecostalismo do último período com esse elemento da matriz religiosa brasileira.

O contexto sócio-histórico da passagem para o século XXI, do capitalismo globalizado e do reencantamento do mundo, e da consolidação do pentecostalismo como grupo hegemônico entre os protestantes, foi mediação fundamental na formação de um novo modo de vida evangélico. Por um lado, houve motivação para a concorrência e busca do aumento do número de adeptos nas igrejas históricas,³⁸⁹ e por outro, reforço aos grupos chamados “avivalistas” ou “de renovação carismática” que, a partir da similaridade de propostas e

³⁸⁹ Isto pode ser constatado por meio da comparação das taxas de crescimento numérico das igrejas de missão. O registrado pelo IBGE em 1990 em relação a 1980 é de apenas 0,4%; já no censo de 2000 o aumento é de 2% em relação a 1990. Cf. JACOB, César Romero, et. al. *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil*. Rio de Janeiro/São Paulo/Brasília: PUC-Rio/Loyola/CNBB, 2003. Estes números comprovam que os anos de 1990 representam uma mudança de postura em relação a estratégias de conquista de novos adeptos.

posturas com o pentecostalismo, passaram a conquistar espaços significativos na vida das igrejas históricas e a abrir terreno para o almejado crescimento numérico.

A cultura *gospel*, da busca de inserção na modernidade, de aproximação do popular pela sacralização de gêneros musicais brasileiros, da relativização da tradição puritana de santidade e da teologia do “aqui e agora”, é um modo de vida que tem bases nesse avivalismo e na sua aproximação com a matriz religiosa. O discurso que revela tal perspectiva aparece explicitamente em canções e nas orientações dos líderes às igrejas, bem como nas entrevistas com as lideranças das igrejas do PHM, registradas no Capítulo 6.

Centrada na ênfase intimista de Deus, que faz da adoração por meio da música um modo de vida, a cultura *gospel* passa a representar uma forma mais eficiente de avivamento religioso. Essa renovação deve refletir-se na vida pessoal, com a busca do alcance das bênçãos materiais e na vida coletiva, com as formas de culto marcadas pela liberação das emoções, com expressão corporal e menor rigor litúrgico – que se reverte em instrumento de crescimento numérico para os diferentes grupos e, conseqüentemente, produz hegemonia evangélica.

7.6 Reprocessamento da teofania das tradições monárquicas de Jerusalém

Uma das elucidações alcançadas neste trabalho foi de que a cultura *gospel* retoma elementos presentes no Antigo Testamento. Tal interpretação é caracterizada basicamente por meio de: (a) restabelecimento de uma imagem de Deus relacionada à monarquia e à guerra, presente, especialmente, nas canções; (b) uso de termos hebraicos em letras de canções para designar grupos musicais e produtos do mercado; e (c) adoção de práticas voltadas para o culto como o restabelecimento da figura dos levitas como autoridades relacionadas à música, da purificação de pessoas e elementos reservados para o culto (instrumentos musicais, por exemplo), o estímulo ao uso de instrumentos musicais judaicos como o *shophar* e o uso de símbolos como a estrela de Davi para ornamentação.

Essa retomada torna-se uma das significações que configuram a cultura *gospel*. Torna-se imperativo, por conseguinte, neste momento de análise, responder às seguintes indagações: Por que a retomada? O que isto significa na configuração da cultura *gospel* no mundo evangélico brasileiro contemporâneo?

A resposta não está na história do protestantismo brasileiro, que construiu uma teologia muito pouco baseada no Antigo Testamento. Para Antonio Gouvêa de Mendonça, o protestantismo

no Brasil baseou-se numa religião de Jesus, cristológica. Um estudo realizado por ele³⁹⁰, com base nos cânticos que integram a hinódia tradicional protestante brasileira, demonstra a centralidade da fé e a imagem de Cristo em Deus, longe das imagens da teofania das tradições monárquicas de Jerusalém. A exceção seria a imagem do Deus guerreiro que convida para um engajamento também guerreiro de seus seguidores, mas não é um discurso predominante. A conversão a Cristo torna-se a centralidade, inclusive na hinologia, primeiramente com os hinos clássicos inseridos pelos missionários, depois com os corinhos trazidos pelas paraeclesiásticas estadunidenses.³⁹¹

A ênfase no Cristo salvador prevaleceu no protestantismo brasileiro e só foi alterada nas décadas de 80 e 90 . Nesse período a teofania das tradições monárquicas de Jerusalém foi retomada com vigor e inserida na cultura *gospel*. Como já mencionado, essa fase significou reajuste político-econômico para inserção do Brasil na lógica do capitalismo globalizado e o surgimento das teologias da Prosperidade e da Guerra Espiritual, que encontraram guarida nos círculos evangélicos.

Uma atenção à letra das canções e às posturas assumidas em relação ao culto leva à percepção de que há uma utilização ideológica da teofania das tradições monárquicas de Jerusalém, com a reconfiguração de elementos e imagens retirados dos relatos do Antigo Testamento. A tradição é utilizada para se reconstruir, no século XXI, uma noção de religião templária, intimista, centrada no louvor e na adoração, que se contrapõe à teologia mosaica, e cristológica, do pastoreio e do serviço à comunidade. É elaborada uma teologia da realeza, do poder, do domínio, da guerra, da seleção, da hierarquia, que pode ser partilhada na terra. Essa teofania contém uma linguagem bíblica que facilita a justificação ideológica e dá forma à cultura *gospel*.

Na teologia *gospel*, Deus-Pai/o Senhor ganha mais destaque e a cristologia é adaptada às imagens da realeza e do domínio, conforme o discurso presente nas canções já reproduzidas anteriormente. Essas imagens bíblicas são retiradas das tradições monárquicas de Jerusalém contidas no Antigo Testamento e também dos poucos trechos apocalípticos dos evangelhos e

³⁹⁰ MENDONÇA, Antônio Gouveia. *O Celeste Porvir*. A inserção do protestantismo no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 235-253.

³⁹¹ De acordo com os estudos de Mendonça sobre o primeiro hinário protestante brasileiro, o *Salmos e Hinos*, 9,4% dos cerca de 437 hinos pesquisados referem-se a Deus enquanto 85,8% referem-se à figura do Cristo. Os demais dizem respeito ao Espírito Santo (1,1%) e à Trindade (3,7%). Os hinos que se referem à figura do Cristo são todos mensagens com o tema da sua paixão, o seu amor pela Igreja, o reconhecimento do pecado humano, a imagem de protetor e amigo, a negação do mundo (apocalipsismo), a sua ressurreição, a guerra contra o mal e o convite à conversão. Do total, apenas 14,2 % dão ênfase ao louvor, à adoração ou à súplica.

das cartas apostólicas e, principalmente, do livro de Apocalipse. A tradição mosaica presente especialmente nos profetas, em boa parte da literatura poética e nos evangelhos é desprezada. Reaparecem imagens como a dos “Santos dos Santos”, do altar sagrado, da purificação e separação de pessoas e elementos reservados para o culto; por exemplo, pessoas são separadas e passam a integrar uma hierarquia cúltica – os levitas – e instrumentos musicais dedicados para somente tocar músicas religiosas.

A cultura *gospel* apropria-se da teologia das tradições monárquicas de Jerusalém e passa a estabelecer hierarquias excludentes na Igreja. Por isso desenvolve-se a idéia de que os levitas são “separados”, “santificados”, não são qualquer pessoa – é preciso se mostrarem capazes de integrar tal “tribo”. E descarta-se a tradição levítica do serviço à comunidade e da vida despojada.

A idéia de purificação e de separação, própria de uma tradição judaica sacrificial do Antigo Testamento e ponto de conflito com a teologia mosaica/profética, indica a presença da ideologia da economia de mercado na lógica da prática levítica de hoje: não são todas as pessoas que podem participar, apenas as “preparadas”, as bem-sucedidas, as eficientes. Daí emerge o espírito de concorrência, que é consequência de todo o processo seletivo, e, por sua vez, elemento básico na lógica do mercado, que passa a ser também parte do serviço levítico do tempo presente. O discurso da “santidade”, do “serviço separado para Deus”, enfrenta uma contradição: a busca de uma superioridade, do destaque por parte dos integrantes da “tribo”. Isso gera tensões, próprias da concorrência de mercado. O texto a seguir evidencia tal prática:

Existem certas realidades na vida que são inegáveis. Até mesmo pela troca de experiências, tantos relatos e queixas de irmãos, músicos, líderes de louvor e ministros, que vez por outra estão sempre se esbarrando na mesma tecla: a desunião e a contenda entre os componentes do grupo. (...) Para conseguir vencer, o inimigo [Satanás] ainda continua arquitetando o seu plano usando as mesmas táticas do passado. A rebelião. De uma maneira sutil, ele vai infiltrando, lançando suas setas nos componentes do grupo para acharem a mesma coisa que ele pensou um dia: que era o melhor, que sabia de tudo, intocável e invejoso. Se uma destas setas atingir pelo menos uma pessoa no grupo, Satanás consegue manchar o verdadeiro mover de Deus no Louvor Congregacional.³⁹²

³⁹² CARNEIRO, Christiano. Aos levitas. *LouvorNet*, Estudos. Disponível em: <<http://www.louvornet.com>>. Acesso em: 18 dez. 2001.

Toda essa elaboração teológica manifesta-se nas canções e nas orientações das lideranças do movimento de louvor e adoração e também em práticas cúlticas, além do restabelecimento da figura dos levitas, concretizadas no uso de instrumentos musicais judaicos, como o *shophar*, e na estrela de Davi como objeto de ornamentação dos templos.

Uma tentativa de compreensão desse processo deve retornar a aspectos já desenvolvidos neste trabalho: a exclusão, a separação e a seleção, com base na ideologia do sucesso e da eficiência, são integrantes da lógica do capitalismo globalizado reelaboradas pelas teologias da Prosperidade e da Guerra Espiritual. Não é qualquer pessoa que tem acesso às bênçãos de Deus, portanto, nem todos podem servi-lo, em especial ao seu culto. Portanto, a teofania das tradições monárquicas de Jerusalém parece ser a única referência bíblica que permite que a lógica e a cultura do mercado configurem a cultura *gospel*.

7.7 Desterritorialização e padronização do modo de vida *gospel*

Apesar de trazerem os diversos projetos e serem originários de diferentes tradições doutrinárias, os missionários das denominações históricas conseguiram se estabelecer no Brasil no século XIX construindo um tipo de unanimidade em relação a suas práticas e idéias, que modelou os traços identitários do protestantismo que viriam a instituir³⁹³.

Aqueles que aqui chegaram pregavam a doutrina arminiana (o homem por si mesmo pode buscar a salvação do Deus soberano); eram puritanos no comportamento (no cumprimento de uma disciplina moral da negação: não fumar, não beber, não dançar); eram pietistas na espiritualidade (ênfase no contato direto com Deus, no sentimento de culpa que gera a experiência pessoal de conversão e perfeição cristã); eram anticatólicos na visão missionária (não consideravam os católicos como cristãos); eram pré-milenaristas no relacionamento com a sociedade (apesar de defenderem reformas sociais para alívio da miséria, eram contrários aos projetos de mudança nas estruturas sociais: sua missão se limitava à “salvação iminente de almas”). Além disso, eram antiintelecualistas (a teologia que traziam não era reflexiva, mas uma forma religiosa prática)³⁹⁴.

³⁹³ Cf. MENDONÇA, Antônio Gouveia. *O Celeste Porvir*. A inserção do protestantismo no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 200-206. Mendonça faz uso das palavras “unidade teológica” e “uniformidade teológica” para se referir ao fenômeno. José Bittencourt Filho, em seus estudos sobre o protestantismo brasileiro, utiliza o termo “unanimidade não planejada” Cf. BITTENCOURT FILHO, J. *Matriz religiosa brasileira*. Religiosidade e mudança social. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes/Koinonia, 2003. p. 121.

³⁹⁴ Cf. MENDONÇA, Antônio Gouveia. *Ibidem*. p. 235.

A ética individualista e negadora do mundo (na terra os seres humanos são passíveis de sofrimentos pois são peregrinos rumo ao “Lar Celestial”), o simplismo na liturgia, pouco ritual e muito racional (ênfase na pregação da palavra) e a teologia pouco acadêmica e sistemática foram reforçados pela estratégia de crescimento e expansão das congregações. Com a carência de pastores, muitos leigos espontaneamente criavam novas comunidades, com certa autonomia e apoio dos missionários. A maioria dessas pessoas tinha pouco preparo teológico-pastoral e reproduziam as mensagens da forma como as assimilavam³⁹⁵. Assim foi disseminado um protestantismo-padrão com unanimidade na teologia, na forma de culto e nos costumes.³⁹⁶

A unanimidade entre os grupos do PHM demarcou bem nitidamente a distinção com os protestantes de migração e com os pentecostais. O cultivo da cultura-mãe e das tradições religiosas luterana e anglicana sinalizou sempre a distinção dos protestantes de migração. As semelhanças teológicas e doutrinárias eram sufocadas pelos costumes tão diversos, desprovidos do puritanismo e do fundamentalismo estadunidenses. A separação dos pentecostais era ainda maior: apesar de terem herdado de forma semelhante a ética restritiva nos costumes e o fundamentalismo, as marcantes diferenças ficavam por conta da doutrina do Espírito Santo (glossolalia³⁹⁷), ênfases emocionalistas, adoção de elementos da cultura popular no culto como gêneros e instrumentos musicais. Os pentecostais, por sua vez, atraíam membros do PHM, em especial pela identificação com a matriz religiosa brasileira e a cultura popular, o que causava incômodo.

A distinção com os pentecostais transformou-se em oposição após os anos 50, com o crescimento do pentecostalismo no Brasil, quando os protestantes de missão enfrentaram as

³⁹⁵ Cf. MENDONÇA, Antônio Gouveia. *O Celeste Porvir*. A inserção do protestantismo no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1984. p. 227-228. Os presbiterianos eram os que mais se diferenciavam deste padrão porque eram mais preocupados com o preparo acadêmico. Foram eles que instalaram no Rio de Janeiro o primeiro seminário protestante da América Latina em 1867.

³⁹⁶ A distinção entre os grupos protestantes de missão ficava por conta: a) de heranças doutrinárias como, por exemplo: a forma de batismo (metodistas, presbiterianos e congregacionais realizam o batismo por aspersão, os batistas o fazem por imersão); o limite etário para o batismo (metodistas, presbiterianos e congregacionais possuem a prática do batismo infantil, os batistas não); o ecumenismo (metodistas possuem forte tradição de unidade e cooperação com outras igrejas e foram os únicos a aderirem ao Conselho Mundial de Igrejas, quando da fundação); o ministério pastoral feminino (metodistas foram os primeiros a ordenar pastoras, o que foi adotado por uma parcela dos presbiterianos e nunca pelos batistas e congregacionais); b) da organização eclesial como a forma de governo (conciliar episcopal, metodistas; conciliar presbiterial, presbiterianos; e congregacionalista com batistas e congregacionais); c) das práticas litúrgicas tais como: adoção de uma “ordem de culto” (presente entre metodistas e presbiterianos; ausente entre batistas e congregacionais); cânticos clássicos (nas versões mais recentes, adoção do *Hinário Evangélico*, pelos congregacionalistas, presbiterianos e metodistas; e do *Cantor Cristão*, pelos batistas); incentivo à participação leiga na condução (maior entre os metodistas e uma parcela dos presbiterianos; menor entre batistas e congregacionalistas).

³⁹⁷ O falar em línguas estranhas como sinal de um batismo especial – o batismo com o Espírito Santo, diferenciado do batismo com água.

novas práticas religiosas e apresentavam-se como guardiões da tradição protestante da Reforma. Essa postura provocou, nos anos 60, os expurgos e divisões no interior das igrejas do PHM, que viviam o surgimento dos movimentos carismáticos, influenciados pelo avanço pentecostal.

A explosão da cultura *gospel* transformou consideravelmente o quadro. Ela tornou possível certa aproximação dos evangélicos do PHM com os pentecostais. O pentecostalismo transformou-se em uma das mediações na construção da cultura *gospel* e deu forma ao novo avivalismo, que é uma de suas características. O próprio movimento *gospel* nasceu das práticas de igrejas pentecostais independentes que investiram e investem na produção musical e na mídia.

A cultura *gospel* também reduziu a distinção que ainda existia no tocante à doutrina e às práticas de culto. Como já mencionado e identificado no estudo de caso, essa cultura é marcada pela padronização nas práticas de culto, que passam a ser centradas na música, disseminada pela mídia, com destaque para os líderes musicais, que ganham o status de “ministros” ou “levitas”. Essas pessoas tornam-se autoridades superiores até mesmo aos pastores – que se vêem, por vezes, como coadjuvantes nos cultos. Alguns destes, para legitimar sua autoridade ou ganhar ou reconquistar reconhecimento, apresentam-se como músicos – cantam, tocam, animam cânticos durante o culto. Se antes já não era expressiva, hoje há muito pouca distinção demarcada entre as práticas de culto dos evangélicos.

A doutrina passou a ser algo relativizado com a cultura *gospel*. Com o valor dado à música e ao consumo, com ênfase na mídia e no entretenimento, as teologias e as práticas que a caracterizam vão estabelecer os princípios determinantes para os evangélicos. Com isso, a tradição teológica e doutrinária das diferentes confissões fica relativizada e é até mesmo contestada em nome do novo modo de vida. A antropóloga Leila Amaral, que estudou a Nova Era, possui uma abordagem que pode ser aplicada à cultura *gospel* sem prejuízo algum de compreensão:

Essa atitude errante, livre e relativizadora do domínio espiritual, parece anunciar um tipo de dessubstancialização na esfera mesma do religioso. O trato com o sagrado parece tornar-se mais fundamental que a religião, através de um formalismo que não obedece, prioritariamente, a um recorte substantivo. Neste caso (...) importam menos a religião ou a crença e mais o modo específico de relacionar-se elementos e rituais.³⁹⁸

³⁹⁸ AMARAL, Leila. *Carnaval da Alma*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 9-10, 17.

Essa noção pode ser relacionada à de *desterritorialização cultural*, mencionada no Capítulo 1 deste trabalho, um dos fenômenos da globalização. A desterritorialização é fruto da mediação de estilos, lugares e imagens pelo mercado global, pelo trânsito internacional, pela mídia e os sistemas de comunicação global: as identidades tornam-se desalojadas de tempos, lugares, histórias e tradições e, conforme descreve Stuart Hall, parecem “flutuar livremente”.³⁹⁹

Dizer que a cultura *gospel* é desterritorializada significa afirmar que ela não tem um território cultural demarcado – está presente em todas as denominações do campo evangélico e também no católico-romano, e os transpõe pois essa expressão cultural religiosa é vivenciada mesmo por pessoas que não possuem vínculo religioso. Ela é desterritorializada porque “flutua livremente”, ao ser mediada pelo mercado, pela mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados. Nessa “flutuação” o que se experimenta são vivências religiosas combinadas em contextos socioculturais os mais variados, o que torna possível uma unanimidade evangélica sem precedentes na história do protestantismo no Brasil.

Com a explosão *gospel* são descartadas ainda as teologias mais elaboradas. A orientação teológica e doutrinária das confissões torna-se um empecilho para se alcançar o divino. A partir dessa construção cultural é comum nos programas de debates das rádios evangélicas de maior audiência, ouvir metodistas ao telefone contestando a autoridade de sua igreja que lá defende o ecumenismo ou o batismo infantil. Ou ouvir a leitura de mensagens eletrônicas enviadas por presbiterianos que advogam o batismo por imersão como o verdadeiro batismo, a despeito da explanação sobre o batismo por aspersão feita pelo líder de sua igreja no programa. Esses sinais de relativização doutrinária são evidenciados em outras esferas além da mídia.⁴⁰⁰

No modo de vida *gospel*, a diversidade de práticas religiosas e a doutrina das confissões são interpretadas como inibição da ação de Deus e obstáculos à intimidade com Deus, necessária e almejada. São a música e o mercado que criam um novo espaço que supera as fronteiras denominacionais e oferecem um modelo baseado em uma concepção intimista de adoração, único capaz de sintonizar o divino, já que as práticas tradicionais revelaram-se incapazes disso. Os cursos e treinamentos para a adoração e os meios de comunicação de tão amplo

³⁹⁹ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999. p. 75.

⁴⁰⁰ A negativa dos bispos da Igreja Metodista de integrar a Campanha da Fraternidade Ecumênica, a ser realizada em 2006 pelo Conselho Nacional de Igrejas Cristãs (CONIC), com a justificativa de que é uma campanha originalmente católico-romana, a despeito de o presidente do CONIC ser um bispo metodista, revela o nível de relativização doutrinária resultante da padronização *gospel*. Cf. CARTA do Colégio Episcopal da Igreja Metodista aos pastores metodistas, datada de outubro de 2003.

alcance dos evangélicos disseminam esse padrão teológico e comportamental e criam uma comunidade desterritorializada de adoração.

7.8 Conservação de elementos da cultura evangélica brasileira responsáveis pela crise entre protestantismo e sociedade brasileira

Na cultura *gospel* há forte inserção de elementos novos à cultura evangélica no Brasil, como descritos acima, mas há também a conservação de outros caros à identidade evangélica brasileira. Conforme já estudado no Capítulo 2 deste trabalho, tais elementos são construídos a partir de um protestantismo sectário, predominantemente rural, reforçado pelas bases fundamentalistas e pietistas herdadas da experiência norte-americana de negação do mundo (dualismo), racionalista (fé fundamentada em certezas) e antiintelectualista (desvalorização da teologia).

Tal construção teve como resultado de suas configurações uma crise, expressa na relação com a sociedade brasileira. A aceitação de uma fé que exigia obras (em especial a rigidez nos costumes) e sectária (rejeição das manifestações culturais e dos costumes populares) limitou expressivamente a adesão de fiéis. Somam-se a isso as transformações sociais experimentadas no século XX, como a industrialização, a urbanização e as mudanças no interior da Igreja Católica Romana (em especial, fruto do Concílio Vaticano II), as quais o protestantismo brasileiro não foi capaz de acompanhar.

A presença desses aspectos da tradição, além de ser percebida nos discursos veiculados pela mídia e pelos treinamentos de louvor e adoração, pode ser também identificada nos discursos e nas práticas das igrejas, como já desenvolvido no Capítulo 6 deste trabalho. É assim que os evangélicos, ao mesmo tempo em que desejam uma integração com a sociedade e buscam a modernidade, o fazem com o reforço da pregação de que são as produções religiosas protestantes que podem satisfazer todas as necessidades dos adeptos, oferecendo simultaneamente cultivo da espiritualidade e de lazer.

Desse modo, a programação das rádios FM's religiosas e os espetáculos de música *gospel* tornam-se opção de lazer para os fiéis do PHM, o que lhes permite relativizar certos costumes estabelecidos pela tradição do PHM, como já mencionado. Se aprenderam a abster-se de dançar nas festas do convívio social ou da tradição popular, os espaços da nova cultura

religiosa, como os shows evangélicos, permitem a dança. É possível nestes shows identificar cantores e grupos musicais se apresentando com a mesma estética e postura dos seculares. O mesmo se dá com a postura do público. Os bens culturais adquiridos pelos fiéis passam a ser os discos e as revistas que, nos moldes das "profanas", transformam os cantores protestantes em artistas, divulgam sua vida privada e realizam concursos de encontros com os ídolos. Porém, tudo desenvolvido dentro do círculo evangélico, reservado do mundo, com reforço à prática sectária que marca o protestantismo brasileiro desde os seus primórdios.

Com isso, a cultura *gospel* redesenha com ares de modernidade as linhas divisórias entre a igreja e o mundo, entre o sagrado e o profano, estabelecidas pela tradição pietista e puritana. E ainda, por meio da mística proselitista e da postura passional, reforça a dimensão exclusivista e antiecumênica que caracteriza o modo de ser evangélico no Brasil. A teologia da guerra espiritual já redesenhara as fronteiras entre o sagrado e o profano e atribui a grupos e expressões sociais o papel de inimigos, como já analisado anteriormente neste capítulo. O mundo evangélico permanece, portanto, fechado ao catolicismo-romano e às outras expressões religiosas não-cristãs, que são ainda mais demonizados e responsabilizados pelo que existe de desfavorecimento e sofrimento no País. Essa compreensão aproxima os diferentes segmentos do protestantismo brasileiro e alimenta uma visão ufanista de que o crescimento evangélico brasileiro, fruto do avivalismo desenvolvido pela cultura *gospel*, está preparando um novo momento na vida do Brasil. As grandes concentrações evangélicas, que reúnem centenas de milhares de pessoas nas grandes cidades – a Marcha para Jesus e os encontros abertos de louvor e adoração são exemplos – servem de reforço a esta dimensão.

A busca da modernidade e da inserção no sistema sociopolítico e econômico da contemporaneidade presente na cultura *gospel* contrasta com um conservadorismo protestante, agora embasado nas teologias da prosperidade e da guerra espiritual que reforçam o avivalismo sectário e retomam também um antiintelectualismo presente no modo de ser evangélico. Este último aspecto serve hoje, como na história do protestantismo brasileiro, para legitimar os discursos avivalistas das canções e ministrações dos grupos de louvor e adoração, da literatura predominantemente estadunidense, dos debates nas rádios. A autoridade aqui conferida não está no conhecimento, na elaboração teológica, mas na “intimidade com Deus”, que revela sua vontade.

* * *

Há um relato dos evangelhos em que Jesus explica a nova proposta religiosa que trazia. Ele a apresenta como criação nova, como irrupção de um novo dentro do judaísmo e não como reforma ou remendo. Nessa explanação, Jesus usa a imagem dos odres de vinho e diz que não se coloca vinho novo em odres velhos porque o vinho novo rompe os odres velhos e tudo se estraga. O saudável, portanto, é colocar vinhos novos em recipientes novos: mudança e transformação completas.⁴⁰¹

Observa-se nas significações que configuram a cultura *gospel*, acima descritas, que a construção da imagem de que evangélicos são cidadãos “normais”, inseridos socialmente, e a sacralização de gêneros musicais populares conflitam com o sectarismo cultivado pelo segmento, alimentado pelo exclusivismo religioso e pela demonização das raízes culturais indígenas, africanas e do catolicismo popular. A busca de satisfação do corpo por meio da expressão corporal e do lazer conflita com o dualismo igreja-mundo, sagrado-profano pois a satisfação só é alcançada por meio de elementos sacralizados (oferecidos pelo mercado evangélico).

A modernidade almejada como resposta ao movimento sistêmico convive, no *gospel*, com o tradicional protestante conservado. É um encontro do tradicional e do moderno, do antigo com o novo. A união de aspectos distintos remete ao hibridismo. Na cultura, como já visto, pesquisadores desenvolveram a noção de hibridismo cultural – esta foi a base teórica encontrada nesta pesquisa para explicar como ocorre a coexistência de elementos distintos em uma mesma expressão cultural, o *gospel*.

No entanto, o termo aqui adotado reveste-se de outra significação – não a dos pesquisadores dos estudos culturais que explicam o fenômeno como uma mescla que possibilita um elemento de resistência para se sobreviver na modernidade ou uma mescla para se driblarem poderes hegemônicos. O hibridismo cultural é, isto sim, sinônimo de anomalia, de agressão social. É o vinho novo no odre velho – cruzamento que provoca estragos.

O que o *gospel* representa culturalmente para os evangélicos? A análise até aqui desenvolvida demonstra que a cultura *gospel* não significa um caráter de resistência, de desafio às normas culturais centrais, muito menos revela os poderes “como oblíquos” ou mesmo “serviços recíprocos que se efetuam em meio às diferenças e desigualdades”, expressões do “hibridismo cultural” identificadas nas abordagens de diferentes pesquisadores dos estudos

⁴⁰¹ Cf. BIBLIA, N. T. Mateus. Português. *Bíblia Sagrada*. Versão de João Ferreira de Almeida. Revista e Atualizada. 2. ed. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1995. Cap. 9, vers. 14-17; BIBLIA, N. T. Marcos. Português. Idem. Cap. 2, vers. 18-22; BIBLIA, N. T. Lucas. Português. Idem. Cap. 5, vers. 37-38.

culturais contemporâneos. Ele se revela uma cultura de manutenção e não algo novo, transformador, desafiador às demandas sociopolítico-econômico-culturais do tempo presente e que realiza um encontro com as outras expressões culturais globais. O *gospel* é resultado das transformações no modo de ser evangélico no Brasil experimentadas nas últimas décadas – a “acomodação à sociedade inclusiva” – entrecruzadas com a busca de preservação dos traços que deram forma a esse jeito de ser em suas origens no Brasil. Os evangélicos, por meio do *gospel*, revelam transformação (modernização) e preservação (conservação) – dois elementos distintos no mesmo corpo; duas fontes dessemelhantes na mesma matéria. Daí a formação híbrida do *gospel*.

Na cultura *gospel*, a conservação só se torna possível pelo fato de a transformação se configurar num “invólucro”. A modernidade está na superfície em torno da conservação que está na profundidade. O que é transformado com o modo de vida *gospel*? Pelo menos três fortes elementos:

- o culto, que ganha novo cenário, novos protagonistas e novas ênfases – o altar torna-se palco com farto apoio tecnológico, e os condutores são os cantores e músicos e a música é o elemento privilegiado (tudo gira em torno dela);
- a ética protestante, que relativiza a santidade puritana de repressão do corpo e valoriza a expressão corporal tanto no culto quanto nos espaços de lazer e entretenimento criados para os evangélicos;
- o relacionamento igrejas evangélicas-sociedade, que passa a ser marcado por aproximação e não pela negação. Exemplos são a abertura do mercado secular para o segmento evangélico, o desenvolvimento do mercado religioso que se abre para o secular, a aceitação de determinados aspectos culturais populares brasileiros como gêneros e instrumentos musicais, a penetração de artistas evangélicos na mídia secular, a presença mais intensa de evangélicos na política brasileira.

O que é conservado com o modo de vida *gospel*? As marcas da identidade protestante brasileira, que perpassam todos os segmentos evangélicos, centradas nos dualismos igreja-mundo e sagrado-profano, no individualismo, no exclusivismo religioso, no antiecumenismo, no antiintelectualismo, no sectarismo, na demonização das raízes culturais brasileiras indígenas, africanas e do catolicismo popular. As teologias da prosperidade e da guerra espiritual, o reprocessamento da tradição teológica do judaísmo monárquico e o intimismo

religioso dos movimentos de louvor e adoração sustentam tais marcas que se revelam nos discursos e nas práticas.

Percebe-se aqui a transformação no invólucro e a conservação na profundidade – o “vinho novo em odres velhos”. A explosão ocorre fruto de uma estratégia de adesão à modernidade e suas tendências, numa negociação com os poderes hegemônicos – seja o pentecostalismo, no campo religioso, ou o capitalismo globalizado no campo sócio-histórico – que ganham espaço no segmento evangélico, com garantia de preservação da expressão cultural religiosa tradicional, já conhecida e aprovada no coração das igrejas.

Portanto, é possível afirmar que a cultura *gospel* é um fenômeno que integra o sistema do capitalismo globalizado. Toda a transformação, tudo o que se apresenta como novo entre os evangélicos que experimentam este modo de vida é uma expressão do mercado. Na análise das oito características da cultura *gospel*, a lógica e a cultura do mercado aparecem nitidamente nas sete que indicam as novidades. Isso revela que é o mercado que está dando forma ao novo modo de ser evangélico porque tudo o mais está conservado. E esta conservação/contradição parece agradar ao mercado, pois não impede a sua expansão e suporta o seu caráter hegemônico.

CONCLUSÃO

Norteados pela hipótese de que a explosão *gospel* no Brasil representou mais do que um movimento musical – e sim a construção de uma expressão cultural que marca o cenário religioso evangélico brasileiro contemporâneo –, os capítulos que compõem este trabalho revelaram um longo e tenso percurso teórico.

A tensão deu-se em função da complexa configuração das igrejas evangélicas brasileiras, cujas transformações experimentadas nas últimas duas décadas não podem ser desassociadas daquelas da própria sociedade onde estão inseridas. A complexidade do fenômeno demandou a descrição dos elementos que o compõem, em busca de sua compreensão e análise, sem, no entanto, se perder de vista o risco de o trabalho ser uma mera descrição e apenas repetir com forma nova o que pode se dito por outras fontes. A tensão resultou em um “estado de alerta” em torno da garantia de que o seu resultado represente uma contribuição aos estudos culturais e da religião por meio de uma perspectiva crítica que prescreva não como se pode saber mais sobre o cenário religioso evangélico brasileiro mas como é possível compreendê-lo de outro modo. Daí a metáfora do “olhar” adotada como norteadora da pesquisa: ela foi direcionada por um olhar comunicacional.

Um olhar comunicacional orientado

O olhar comunicacional sobre a explosão *gospel* foi orientado por noções advindas do conhecimento produzido no campo dos estudos culturais e das ciências da religião. Uma delas é a de que as culturas são modos de vida dos grupos sociais, e de que as culturas não são estáticas mas estão em permanente construção a partir dos novos sentidos que emergem da

vivência dos diferentes grupos e entre eles mesmos. A partir desta noção pode-se compreender a expressão *gospel* como uma expressão de cultura, um modo de vida religioso construído por um segmento cristão brasileiro – os evangélicos. Este trabalho afirma, portanto, que a cultura *gospel* é um modo de viver e experimentar a religião, composto por um “sistema de significações” resultante de todas as formas de atividade social dos evangélicos.

Essa compreensão de cultura leva a várias concepções em relação à cultura religiosa como a de que ela é mediação mas é ao mesmo tempo mediada por estruturas sociais, comportamentos, padrões culturais, cosmovisão construída individual e coletivamente, situações políticas e econômicas das mais diversas e que ela acontece em um contexto sócio-histórico específico.

É por essa razão que a compreensão de fenômenos culturais na contemporaneidade não pode se restringir à análise culturalista cujo foco é uma abordagem mais psicológica ou antropológica. Para isso, torna-se necessário levantar as indagações relacionadas às mediações no campo sociopolítico e econômico no processo de explosão de novas manifestações culturais e a construção de hegemonia nele imbricada.

Nas mediações que configuram a cultura *gospel* o que se percebe é o entrecruzamento de elementos distintos como a modernidade, expressa nas transformações advindas do reprocessamento das culturas das mídias, urbana, de mercado, e a tradição, explicitada na conservação de traços da identidade que impediram a inculturação protestante no Brasil como o dualismo igreja vs. mundo, o sectarismo, a rejeição das manifestações culturais e religiosas, o anti-ecumenismo e o antiintelectualismo.

Teóricos dos estudos culturais fazem uso do termo hibridismo para dar uma conotação positiva às mesclas, aos entrecruzamentos de aspectos da tradição e da modernidade presentes em expressões culturais contemporâneas classificadas por eles como “pós-coloniais” ou “pós-modernas”. É o conceito de hibridismo cultural. Uma vertente o compreende como oposição às idéias de cultura nacional/homogênea. Nessa perspectiva, o hibridismo é uma expressão de diferença cultural, uma cultura diferenciada que desafia as normas culturais centrais, dominantes – é um terceiro elemento, aquele que está entre o tradicional e o contemporâneo e cria novas identidades.

Outra vertente elaborou uma noção de hibridismo cultural como sendo os cruzamentos/inter-relações/mestiçagens/sincretismos que emergem do impacto do moderno sobre o tradicional,

do culto sobre o popular, provocado muito especialmente pelo desenvolvimento tecnológico. Nessa perspectiva está em jogo a sobrevivência da tradição que sofre transformação a fim de beneficiar-se da modernidade. Tal vertente analisa o hibridismo cultural a partir do estudo das estratégias de sobrevivência e de transformação no interior dos grupos sociais.

Uma terceira corrente dos estudos culturais, conforme abordado neste trabalho, opõe-se a essas noções pois entende que elas atenuam e tranqüilizam o pensamento em relação às questões político-sociais nas quais as mutações culturais em tempos de globalização e consumo estão envoltas e, portanto, encobrem as tensões que caracterizam a dinâmica cultural contemporânea. As posturas de rejeição das teorias maniqueístas mediadas pelo marxismo e de ênfase no protagonismo dos receptores que alimentam as reflexões em torno do hibridismo cultural colocam em segundo plano, ou simplesmente ignoram, a crítica perante os processos hegemônicos em curso.

Nenhuma das duas noções de hibridismo cultural predominantes nos estudos culturais dão conta da expressão cultural *gospel* no campo religioso evangélico brasileiro. Foi possível a este trabalho constatar que o cruzamento entre o tradicional e o moderno, entre o novo e o antigo, no *gospel*, não se reveste de caráter de resistência, de desafio às normas culturais centrais, muito menos revela os poderes “como oblíquos” ou mesmo atua como “serviços recíprocos que se efetuam em meio às diferenças e desigualdades”.

No tocante à hipótese aqui desenvolvida, o reconhecimento do encontro do tradicional e do moderno, da perspectiva transformadora e da conservadora tornou-se imperativo no procedimento de pesquisa. Mesmo identificando-se a polaridade que envolve a noção de hibridismo cultural e as tensões nela imbricadas, optou-se pelo termo hibridismo como apoio para o desenvolvimento da reflexão relacionada à explosão *gospel* no Brasil.

No entanto, esta opção não se concretizou na seleção de um ou outro pólo de orientação, e sim numa terceira via de análise: a elaboração de um conceito de hibridismo que sinaliza um caráter crítico do processo cultural em foco, desprendido da mera descrição mas voltado para os sentidos, as significações relacionadas aos seus sujeitos.

O hibridismo cultural considerado neste trabalho é o modo de vida de um grupo social configurado pela mescla de elementos distintos, os quais representam a conservação de traços da tradição a que o grupo social se vincula expressos por meio de um “invólucro” de modernidade – uma modernidade de superfície. É a transformação que convive com a conservação e que resulta de um processo de reconversão, ou seja, de apropriação dos

benefícios da modernidade sem comprometimento da expressão cultural já conhecida e aprovada no coração do grupo social e defendida por seus setores hegemônicos.

No que diz respeito à cultura *gospel*, ela se manifesta na valorização da diversidade de gêneros musicais e na relativização da tradição de santidade protestante puritana de recusa da sociedade e das manifestações culturais associadas ao divertimento. Ao mesmo tempo, a cultura *gospel* se revela estratégia de integração às expressões hegemônicas de cultura buscando-se preservar os traços que deram forma ao jeito de ser protestante em suas origens no Brasil.

Essa expressão cultural perpassa, senão todas, a grande maioria das igrejas e denominações evangélicas brasileiras. Daí a constatação de que na passagem do século XX para o XXI o cenário religioso evangélico experimentou a explosão da cultura *gospel* que passa a marcar a história deste segmento. Com isso, tal cultura sinaliza uma consolidação da hegemonia do pentecostalismo no cenário evangélico; uma busca de modernidade e inserção dos evangélicos na lógica social; mudanças na forma de cultuar de um significativo número de igrejas, especialmente aquelas que compõem o segmento histórico de missão, e na compreensão de moralidade dos seus adeptos; e o lugar destacado do capitalismo globalizado no cenário religioso contemporâneo.

Referir-se ao *gospel* como uma cultura híbrida é, portanto, reconhecer que nele se manifestam o reprocessamento, pelos evangélicos, da cultura urbana, do mercado e da mídia, provocadoras da relativização da ética restritiva de costumes e de isolacionismo social, e a preservação de traços marcantes da identidade protestante no Brasil: os dualismos igreja/mundo, sagrado/profano; o sectarismo, o antiecumenismo e o antiintelectualismo. Esses valores não são negados em nome da construção de um discurso novo: o novo é o invólucro, a externalidade. A cultura *gospel* parece sugerir apenas uma alteração de superfície, pois na internalidade reforça aspectos conservadores básicos da configuração da cultura evangélica no Brasil.

Um olhar comunicacional voltado para o processo de construção da cultura *gospel*

A descrição da explosão *gospel* no Brasil, caracterizada tanto pelo movimento musical *gospel* brasileiro quanto por símbolos da modernidade – tecnologia, mídia, consumo de objetos materiais e bens culturais, lazer –, revela uma tríade formadora da expressão cultural *gospel*:

música, consumo e entretenimento. Esta é resultado de um processo de ampla aceitação do público evangélico e parcela de uma estratégia de ampliação de mercado fonográfico (religioso e secular), que coloca em evidência os artistas e os ministérios de louvor e adoração, mas também um símbolo sagrado, um bem religioso.

Esse gênero musical atinge sentimentos caros aos consumidores de música religiosa. Em um contexto socioeconômico e cultural marcado pela exclusão social, pelo individualismo, pela competição, e em um contexto eclesial configurado por uma vasta maioria de mulheres, a realza de Deus, a vitória sobre as dificuldades da vida, a escolha que Deus faz de quem é fiel, o Deus que se coloca como o ser amante e amado, que espera intimidade no relacionamento, que preenche vazios, são temas de forte acolhimento por parte do público.

A música *gospel* é música de consumo, é produto industrial, de qualidade melódica e poética passível de críticas pois visa à satisfação das demandas do mercado fonográfico, mas também constitui um alívio das tensões do cotidiano dos evangélicos. Ela ajuda a escapar de cargas pessoais pois é canal que torna as pessoas mais próximas do divino. Além disso, pronuncia um discurso que tem embutidos traços componentes da matriz religiosa brasileira, o que lhe permite extensas possibilidades de uma resposta positiva.

A ampla aceitação do público evangélico pela música religiosa de consumo ainda se explica pelo fato de que a cultura *gospel* redesenhou as linhas divisórias entre o sagrado e o profano, entre a igreja e o mundo, estabelecidas pela tradição protestante dualista, e reafirmou a demonização da música secular e seus similares, como os espetáculos musicais, a programação musical nas rádios e na televisão. No discurso que predomina na cultura religiosa evangélica contemporânea, o verdadeiro adorador, aquele que deseja intimidade com Deus, não ouve, canta ou toca música profana.

Ao comprar o CD, ao ouvir a parada de sucessos de uma rádio evangélica, ao participar do espetáculo de determinado artista *gospel*, o público evangélico está inserido, sim, na lógica e na cultura do consumo. Entretanto, a esse consumo é atribuído sentido emocional, religioso. Ouvir os artistas que são “instrumentos de Deus”, veículos de sua mensagem, ouvir os “ministros de louvor e adoração” que são “levitas separados por Deus” para adorá-lo e guerrear contra as forças do mal (inseridas na própria música profana) e apoiar o que eles fazem é o mesmo que ouvir e apoiar a Deus.

Além de proporcionar “acesso direto a Deus”, a indústria da música *gospel* coloca os evangélicos mais próximos do que há de mais moderno no campo da mídia. CDs e DVDs de

qualidade, programações de rádio e TV que seguem o modelo secular, espetáculos com produção de alta tecnologia, são alguns dos aspectos que provam às igrejas e à sociedade em geral que é possível ser religioso e ser moderno, sintonizado com os recursos disponíveis no mundo contemporâneo.

A consequência direta desse processo é a transformação na forma de os evangélicos praticarem o culto religioso, o qual ganha novo cenário, novos protagonistas e novas ênfases. O altar toma a forma de palco, com suporte tecnológico e com a presença dos instrumentos musicais ao lado da mesa da eucaristia e do púlpito, os condutores são os cantores e músicos, e a música é o elemento privilegiado e catalisador, fazendo emergir até mesmo a prática da dança, outrora identificada como pecado. O formato das apresentações musicais, de expressão corporal e da condução do programa nas igrejas é o estabelecido pelos artistas *gospel* e pelos líderes dos ministérios de louvor e adoração. As músicas cantadas são aquelas comercializadas em CD e DVD e veiculadas pelas rádios evangélicas; a postura do corpo e o gestual são modelados com base no avivalismo e na emoção religiosa: baladas românticas, olhos fechados, expressão facial chorosa, cabeça jogada para trás, braços levantados com punhos cerrados ou mãos abertas; ou ritmos mais animados, palmas, balanço de corpo, pulos e brados de palavras de ordem.

Os pastores que não são músicos ou animadores musicais deixam de ser os protagonistas do culto. Os líderes dos “ministérios de louvor e adoração” é que se tornam as personagens centrais, que, além de apresentarem e animarem os cânticos coletivos, fazem orações, lêem a Bíblia, pregam sermões.

As ênfases dos discursos presentes em todos os momentos do culto religioso evangélico passam a ser as da Teologia da Prosperidade e da Guerra Espiritual. Uma delas é a prosperidade material (“vida na bênção”), condicionada à fidelidade material e espiritual a Deus. Nesse caso, os vencedores da grande competição social por um espaço no sistema seriam os “escolhidos de Deus” e a acumulação de bens materiais interpretadas como bênçãos para os “filhos do Rei” (ou “Príncipes”). Outra ênfase é a necessidade de “destruição do mal” que impede que pessoas alcancem as bênçãos da prosperidade, por isso os “filhos do Rei” devem invocar todo o poder que lhes é de direito para estabelecer uma guerra contra as “potestades do mal” representadas, no imaginário evangélico, principalmente pela Igreja Católica Romana e pelos cultos afro-brasileiros.

Essas teologias são alimentadas por uma linguagem que reprocessa formas teológicas conservadoras como a teofania da tradição monárquica de Jerusalém, a que relaciona a Deus

imagens como a de realeza, poder, domínio, trono, soberania, guerra. Além disso, há ênfase na utilização da linguagem e de certos costumes religiosos judaicos, como por exemplo, a figura dos levitas. A teologia da tradição monárquica de Jerusalém, como abordado neste trabalho, é a referência bíblica mais apropriada para justificar as teologias da prosperidade e da guerra espiritual.

Essas ênfases no culto reproduzem os discursos predominantes na mídia evangélica, por meio de canções, sermões, e textos veiculados, e nos treinamentos oferecidos por líderes “de louvor e adoração”. A análise desses discursos indicou a mediação sócio-histórica na religiosidade *gospel* expressa por meio da adoção de uma linguagem própria da lógica e da cultura do mercado. É dessa mediação que emerge a perspectiva da seleção, da separação a partir da qual os filhos de Deus, os verdadeiros adoradores, precisam ser purificados, separados das influências malignas do corpo social e hierarquicamente organizados, como na reinterpretação da figura dos levitas, indicada anteriormente. Essa postura encontra embasamento na teologia judaica sacerdotal que impunha a pureza do corpo como princípio fundamental para o alcance da atenção de Deus, o que é reprocessado pelo *gospel*.

No momento em que a lógica do capitalismo globalizado – caracterizada pelo permanente consumo de bens materiais (posse), pelos ideais da eficiência e do sucesso e pela conseqüente competição – prevalece como ordenadora da sociedade contemporânea, a cultura *gospel* revela-se sua extensão, ou seja, uma expressão cultural desse capitalismo em versão religiosa. Isto não ocorre somente por meio do culto e dos discursos veiculados pela mídia; outros elementos que caracterizam a cultura *gospel* a descrevem um universo econômico-religioso, como o consumo e o entretenimento. Desse modelo, os cristãos em geral passam a ser interpretados e trabalhados como segmento de mercado. Já os empresários evangélicos vêm-se e agem como sócios do empreendimento de Deus, que é a salvação do mundo. Seus produtos são vistos como sagrados, abençoados por Deus para fazer com que mais pessoas se achem a ele. A base destas interpretações e destas ações encontra-se na premissa de que “consumir não é pecado”, mas evidência de que os evangélicos não devem ser um grupo isolado e sim inserido socialmente para sinalizar a atenção de Deus para com ele.

O alvo da inserção social insere na cultura religiosa não apenas o consumo mas também outros valores da modernidade como a modelagem do corpo, a adesão à moda e o prazer do corpo via entretenimento (consumo cultural religioso). O segmento evangélico passa a ter acesso a espaços de lazer e diversão que incluem a dança e a expressão corporal, encontra até

mesmo no Carnaval um veículo de expressão religiosa e ganha produtos especiais como jogos e outras distrações.

A cultura *gospel* atenua, portanto, a ética puritana restritiva de costumes e, ao mesmo tempo, refaz a imagem pública dos evangélicos ao incentivar a sua inserção na cultura urbana. O sectarismo (o isolamento para preservação da santidade) deixa de ser um valor evangélico primordial. Vê-se que com o consumo e o entretenimento é facilitado por uma postura de maior inserção social dos evangélicos, anteriormente marcados pela crise na relação igreja-sociedade, conforme foi analisado no corpo deste trabalho. Tal postura resultou em um crescimento significativo no número de adeptos das igrejas que processaram o novo modo de vida religioso.

Com isso, a busca da santidade ganha contornos diferenciados e passa a gerar benefícios no “aqui e agora” (e não mais a expectativa de uma vida no além, como na tradição escapista), na busca individualizada, privatizada, de satisfação pessoal tanto do ponto de vista da religião como socioeconômico (reconhecimento social, lucro financeiro, acúmulo de bens, etc.).

Os evangélicos passam, portanto, por um processo de dessectarização, de liberalização de costumes e pela modernidade, ao integrarem-se a distintas esferas da vida social e à cultura urbana, caracterizadas pelo predomínio das novas tecnologias de comunicação e do audiovisual, pelo surgimento das tribos, pela privatização da vida coletiva, pelo individualismo, pelo confinamento em ambientes e redes sociais restritas, pelo consumo permanente de bens e pelo investimento em entretenimento.

A cultura *gospel* lhes permitiu inserirem elementos profanos, aqueles integrantes da cultura do mercado, como o consumo e o entretenimento, na forma de viver a fé e relacionar-se com o sagrado; ou seja, um processo de sacralização de elementos profanos que dá ao duo consumo-entretenimento, mediado pelos meios de comunicação eletrônicos, o *status* de expressão de fé.

A contradição reside no fato de, juntamente com essas mudanças, conviver a conservação de aspectos do protestantismo brasileiro tradicional. O discurso dos artistas e dos “ministros de louvor e adoração” e o de lideranças das igrejas locais revelam isso, quando reafirmam a divisão sagrado *vs.* profano na forma igreja *vs.* mundo, a necessidade de resguardo dos evangélicos para purificação do corpo e a desqualificação de uma reflexão teológica mais profunda, coletiva e contextualizada. É o invólucro moderno numa internalidade conservadora.

Mesmo nas dimensões do consumo e do entretenimento, a modernidade de superfície é evidenciada pois elas se efetivam predominantemente dentro do círculo evangélico, reservado do mundo, com reforço à prática sectária que marca o protestantismo brasileiro desde os seus primórdios. Aqui também se percebe a cultura *gospel* reconfigurando com ares de modernidade as linhas divisórias entre a igreja e o mundo, entre o sagrado e o profano estabelecidas pela tradição pietista e puritana.

Em síntese, a tríade música-consumo-entretenimento como aspecto que configura a cultura *gospel* indica que (1) o mercado, atravessando os países, consolidou-se como instância fundamental de produção de sentido, no qual indivíduos constroem suas identidades, partilham expectativas de vida, modos de ser, e que (2) a explosão *gospel* é predominantemente um fenômeno cultural do mercado. Neste sentido, é possível afirmar que é no espaço do mercado e do consumo religioso que se dá a partilha de padrões de cultura e que vivenciar o modo de vida *gospel* é consumir bens e serviços religiosos e divertir-se, não como mera assimilação da cultura do mercado, mas como expressão religiosa que traz em si o entrecruzamento do novo com o velho, da modernidade com a tradição – daí o híbrido *gospel*.

Um olhar revelador de um híbrido cultural

No percurso descritivo-analítico da explosão *gospel* e suas mediações, foram apresentados os aspectos que a caracterizam como expressão cultural:

- (1) a inserção na modernidade, representada pela sacralização do consumo e pela mediação da tecnologia e dos meios de comunicação no desenvolvimento da religiosidade evangélica, em especial nas práticas de culto;
- (2) a sacralização de gêneros musicais populares brasileiros;
- (3) a relativização da tradição de santidade protestante puritana de restrição nos costumes, de rejeição da sociedade e das diferentes expressões culturais brasileiras com a busca da valorização do corpo – expressão corporal e lazer – e da construção da imagem de que os adeptos do segmento evangélico são cidadãos “normais”, não isolados, mas inseridos na cultura urbana;
- (4) o rompimento com a teologia apocalipsista/milenarista indiferente aos eventos da história, pregadora da salvação e de vida melhor “no céu”, e ênfase na Teologia da Prosperidade e da Guerra Espiritual que prega vitória e superação dos sofrimentos na

terra com ascensão econômica e material individual e interpretação da inserção no sistema socioeconômico como sinal da bênção de Deus na vida do cristão;

- (5) o desenvolvimento de uma prática religiosa avivalista, base do pentecostalismo, como potencialização da experiência de piedade individual, com busca intimista mais intensa e contrita de Deus e externalização da emoção nas reuniões coletivas. Conseqüentemente, um tipo de renovação das igrejas é almejado como reação a um suposto “esfriamento” da vivência religiosa;
- (6) o reprocessamento da teofania do judaísmo monárquico de Jerusalém;
- (7) a desterritorialização revelada no não-enraizamento da vivência religiosa *gospel* em um grupo evangélico específico e na padronização do modo de vida que supera diferenças socioculturais e doutrinárias;
- (8) a conservação de elementos da cultura evangélica brasileira construídos na prática pietista dos missionários estadunidenses e responsáveis pela crise na relação entre protestantismo e sociedade brasileira.

Este conjunto de características revela o aspecto híbrido do modo de vida *gospel*, com base na compreensão que vem sendo desenvolvida como referencial teórico desta pesquisa. Todavia, tal hibridismo não foi considerado, como a maioria das análises culturalistas contemporâneas afirma, algo positivo. A cultura *gospel* revela-se anômala, estéril, por não significar de fato criação, novidade, irrupção do novo, resistência e desafio às normas culturais centrais, revelação da obliquidade dos poderes ou ainda de uma multipolaridade das iniciativas sociais na forma de serviços recíprocos efetuados em meio das diferenças e desigualdades.

Mudança e transformação devem significar posturas novas, pensamentos novos tais como, no que diz respeito aos evangélicos brasileiros, inculturação que promova empatia dos evangélicos com as demandas sociopolíticas-econômico-culturais do Brasil, atitude mais comunitária e não-individualista e não-sectária, de respeito à diversidade cultural e religiosa e de valorização da reflexão teológica contextualizada que se concretize tanto nas práticas cúlticas quanto em ações de promoção humana. Tais posturas revelariam uma ressignificação da identidade dos evangélicos no brasileiros: criação, novidade.

O quadro de construção da cultura *gospel* descrito ao longo do trabalho remeteu, porém, à imagem bíblica do vinho novo em odres velhos pois posturas novas não foram identificadas na pesquisa. Vinho novo em odres velhos causa estrago: os odres se rompem e o vinho é derramado. Uma combinação anômala. Novidade no convívio com antiga ordem – uma

modernização apenas externalizada, promovida por canais geradores de promoção social e sucesso, mas conservadora do pensamento – não traz fertilidade mas esterilidade; tudo permanece igual.

O que o *gospel* representa culturalmente para os evangélicos? Revela-se uma cultura de manutenção e não algo de fato novo, transformador, desafiador das demandas sociopolítico-econômico-culturais do tempo presente e que realiza um encontro com as outras expressões culturais globais. O *gospel* é resultado das transformações no modo de ser evangélico no Brasil experimentadas nas últimas décadas entrecruzadas com a busca de preservação dos traços que deram forma ao jeito de ser construído em suas origens no Brasil.

Um olhar que foi além dos objetivos estabelecidos e da hipótese inicial

Os aspectos conclusivos aqui registrados demonstram, como referido na introdução deste trabalho, um desenvolvimento muito além dos objetivos e da hipótese estabelecidos no projeto de pesquisa. A análise do referencial teórico determinou um desafio para isto, bem como a descrição do fenômeno em questão.

A hipótese de que há um discurso religioso relacionado à ideologia hegemônica do capitalismo globalizado e uma padronização na oferta de bens simbólicos, que vem sendo processada pelas diferentes tradições evangélicas, foi confirmada. Da mesma forma, foi corroborada a hipótese de que essa padronização é expressa por práticas comuns na forma de cultivar a fé, de fazer a leitura bíblica e educar os adeptos, na reinterpretação das doutrinas e costumes e na compreensão da realidade da vida cotidiana.

No entanto, o primeiro olhar que antevia ser a mídia a grande responsável por este processo revelou-se míope. A mídia é uma das mediações neste quadro de transformações no cenário religioso evangélico. A hegemonia pentecostal, a cultura urbana, o capitalismo globalizado e a lógica do mercado são outras que operaram na produção de um novo sentido, uma nova expressão cultural religiosa – a cultura *gospel*.

A cultura *gospel* revelou-se mais do que uma simples mudança no modo de ser evangélico e sim uma estratégia de integração à modernidade e suas expressões hegemônicas – seja o pentecostalismo, no campo religioso, ou o capitalismo globalizado no sócio-histórico – com a garantia de preservação da expressão cultural religiosa tradicional, já conhecida e aprovada no coração das igrejas. Nessa negociação, busca-se preservar os traços que deram forma ao jeito

de ser protestante em suas origens no Brasil e que perpassa todos os segmentos evangélicos, centrado nos dualismos igreja-mundo e sagrado-profano, no individualismo, no exclusivismo religioso, no antiecumenismo, no antiintelectualismo, no sectarismo, na demonização das raízes culturais brasileiras indígenas, africanas e do catolicismo popular. As teologias da prosperidade e da guerra espiritual, o reprocessamento teofania da tradição monárquica de Jerusalém e o intimismo religioso dos movimentos de louvor e adoração são reforços a esses traços e estão presentes nos discursos e nas práticas das igrejas.

Não há alteração substancial do “dominante”; é nada mais do que “o mesmo” com tecnologia, consumo e diversão. No campo sociopolítico idem, pois a cultura *gospel* manifesta-se como um fenômeno do capitalismo globalizado. Aquilo que se apresenta como novo na realidade das igrejas, é, de fato, uma expressão do mercado. É a transformação no invólucro e a conservação na profundidade – o “vinho novo em odres velhos”.

BIBLIOGRAFIA

Fontes Impressas

Livros

- ALVES, Rubem. *Protestantismo e Repressão*. São Paulo: Ática, 1979. 290p.
- _____. *Dogmatismo e Tolerância*. São Paulo: Paulinas, 1982. (Libertação e Teologia).
- ALVES, Rubem et. al. *Fé Cristã e Ideologia*. Piracicaba/São Bernardo do Campo: Imprensa Metodista/Unimep, 1981.
- AMARAL, Leila. *Carnaval da alma*. Comunidade, essência e sincretismo na nova era. Petrópolis: Vozes, 2000.
- ANTONIAZZI, Alberto et. al. *Nem anjos nem demônios*. Interpretações sociológicas do Pentecostalismo. Petrópolis: Vozes, 1994.
- ARAÚJO, Inácio. *Rede imaginária*. Televisão e democracia. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura/Companhia das Letras, 1999.
- ASSMANN, Hugo. *A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina*. Petrópolis/São Paulo: Vozes/WACC, 1986.
- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.
- BABBA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2001
- BACCEGA, Maria Aparecida. *Comunicação e linguagem*. Discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.
- BAGGIO, Sandro. *A revolução da música gospel*. São Paulo: Êxodus, 1997
- BAKHTIN, Mikhail. *The dialogic imagination*. Austin: The University of Texas Press, 1981.
- _____. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- _____. *Questões de Literatura e Estética*. A teoria do romance. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- _____. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

- BARNA, George. *O marketing na Igreja: o que nunca lhe disseram sobre o crescimento da Igreja*. Rio de Janeiro: Juerp, 1993.
- BARRERA RIVERA, Paulo. *Tradição, transmissão e emoção religiosa*. Sociologia do protestantismo contemporâneo na América Latina. São Paulo: Olho D'Água, 2001.
- BARROS, Laan Mendes de. *Comunicación, Cultura y Cambio Social*. Mercosur y la Integración de Mercados. Buenos Aires: WACC, 1994.
- BARROS FILHO, Clóvis. *Ética na Comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. *Para uma crítica da economia do signo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BAUMAN, Zigmunt. *Globalização. As conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BERGER, Peter L, LUCKMANN, Thomas. *Modernidade, Pluralismo e Sentido*. A orientação do homem moderno. Petrópolis: Vozes, 2004.
- BITTENCOURT FILHO, José. *Matriz religiosa brasileira*. Religiosidade e mudança social. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes/Koinonia, 2003.
- BONFATTI, Paulo. *A expressão popular do sagrado*. Uma análise psico-antropológica da Igreja Universal do Reino de Deus. São Paulo: Paulinas, 2000.
- BOSI, Ecléa. *Cultura de Massa e Cultura Popular*. Leituras operárias. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.
- BOUGNOUX, Daniel. *Introdução às ciências da informação e da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Os deuses do povo*. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- BRANDÃO, Helena N. *Introdução à Análise do Discurso*. 5. ed. Campinas: Unicamp, 1996.
- BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna*. 2. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1999.
- CALDAS, Waldenyr. *Iniciação à música popular brasileira*. São Paulo: Ática, 1985.
- CALIMAN, Cleto (Organizador). *A sedução do sagrado*. O fenômeno religioso na virada do milênio. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CAMPOS, Adhemar de. *Adoração e Avivamento*. São Paulo: W4Endonet, 2002. (AMC de Louvor).
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado*. Organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis/São Paulo/São Bernardo do Campo: Vozes/Simpósio/UMESP, 1997.
- CAMPOS JR, Luiz. *Pentecostalismo*. São Paulo: Ática, 1995.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos*. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- _____. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp, 1998.
- CANETTI, Elias. *Massa e Poder*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de Massa sem Massa*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Vol. 1. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- CERTEAU, Michel de. *A cultura no plural*. São Paulo: Papirus, 1995.
- _____. *A invenção do cotidiano: as artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- CESAR, Waldo. *Por uma sociologia do Protestantismo Brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1973. (Trilhas).
- _____, SHAULL, Richard. *Pentecostalismo e futuro das igrejas cristãs*. Promessas e desafios. Petrópolis/São Leopoldo: Vozes/Sinodal, 1999.
- CHAMPAGNE, Patrick. *Formar a opinião*. O novo jogo político. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. São Paulo: Ática, 1985.
- CONE, James H. *The Spiritual and the blues: an interpretation*. New York: Seabury, 1972.
- CORREA, Tupã Gomes. *Mercado da música: disco e alienação*. São Paulo: Expert, 1987.
- _____. *Rock nos passos da moda*. Mídia, consumo x mercado cultural. São Paulo: Papirus, 1989.

- CORTEN, André. *Os pobres e o Espírito Santo*. O pentecostalismo no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1996.
- CUCHE, Danys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 1999.
- CUNHA, Magali do Nascimento, CASTRO, Clóvis Pinto de. *Forjando uma nova igreja*. Dons e Ministérios em debate. São Bernardo do Campo: Editeo, 2001.
- CURRAN, James, MORLEY, David, WALKERDINE, Valerie (Organizadores). *Estudios culturales y comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. São Paulo: Contraponto, 2002.
- DIMBLEY, Richard, BURTON, Graeme. *Mais do que palmas: uma introdução à teoria da comunicação*. São Paulo: Summus, [s.d.].
- DINES, Alberto. *O papel do jornal*. 4. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1986.
- DIZARD JR., Wilson. *A nova mídia*. A comunicação na era da informação. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- DREIFUSS, René Armand. *A época das perplexidades: mundialização, globalização e planetarização – novos desafios*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- FERNANDES, Maria Augusta. *Indicadores de qualidade de vida: um estudo de caso em quatro áreas periféricas do DF*. Brasília: Ibama, 1998. (Meio Ambiente em Debate, 23).
- FERNANDES, Rubem César. *Os cavaleiros do Bom Jesus: uma introdução às religiões populares*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- FISCHER, Ernst. *A necessidade da Arte*. 9. ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- FRANCO, Maria Sylvia de Carvalho. *Homens Livres na Ordem Escravocrata*, São Paulo: Ática, 1976.
- FORRESTER, Viviane. *O Horror Econômico*. São Paulo: Unesp, 1997.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.
- GONDIM, Ricardo. *O Evangelho da Nova Era*. Uma análise da refutação bíblica da chamada Teologia da Prosperidade. São Paulo: Abba, [s.d.].
- GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.
- _____. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.
- GUTIÉRREZ, Benjamín, CAMPOS, Leonildo Silveira (Organizadores). *Na força do Espírito*. Os pentecostais na América Latina: um desafio às igrejas históricas. São Paulo/São Bernardo do Campo: Pendão Real/Ciências da Religião, 1996.
- HAHN, Carl Joseph. *História do Culto Protestante no Brasil*. São Paulo: ASTE, 1989.
- HAGIN, Kenneth E. *O Nome de Jesus*. Rio de Janeiro: Graça Editorial, 1988.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- _____, DU GAY, Paul. *Questions of cultural identity*. London/Thousand Oak/New Delhi: Sage, 1996.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. 12. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1978.
- IANNI, Octavio. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.
- _____. *Teorias da globalização*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- JAMBEIRO, Othon. *Canção de Massa*. As condições da produção. São Paulo: Pioneira, 1975.
- JARDILINO, José Rubens L. *As religiões do Espírito*. Rio de Janeiro/São Paulo: ISER/CEPE, [s.d.].
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.
- KÜMMEL, Werner G. *Introdução ao Novo Testamento*. São Paulo: Paulinas, 1982.

- LAGE, Nilson. *Controle da Opinião Pública*. Um ensaio sobre a verdade conveniente. Petrópolis/Florianópolis: Vozes/IPEJ, 1998.
- LEITE FILHO, Tácito da Gama. *Heresias, seitas e denominações*. O fenômeno dos movimentos religiosos. Uma avaliação histórico-teológica. Rio de Janeiro: Juerp, 1993.
- LIBÂNIO, João Batista. *A religião no início do milênio*. São Paulo: Loyola, 2002.
- LIMA, Delcio Monteiro. *Os Demônios descem do Norte*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1987.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (Organizadora). *Temas contemporâneos em comunicação*. São Paulo: Edicon/Intercom, 1997.
- _____, BORELLI, Sílvia Helena Simões, RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela*. Mediações, Recepção, Teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002. (Novas Buscas em Comunicação).
- LULL, James. *Culture, media, language*. Londres: Routledge, 1992.
- _____. *Popular Music and Communication* (Editor). 2. ed. London: Sage Publications, 1992.
- _____. *Television, audiences and cultural studies*. Londres: Routledge, 1995.
- _____. *Media, Communication and Culture*. Cambridge/New York: Polity Press/Columbia University Press, 1995.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *A linguagem da sedução*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1988.
- MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- MARTINHO, Luís Mauro Sá. *Mídia e Poder Simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1979.
- MELO, José Marques de (Coordenador). *Identidades culturais latino-americanas em tempo de comunicação global*. São Bernardo do Campo: IMS/UNESCO, 1996.
- _____. *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- MENDONÇA, Antônio Gouveia. *O Celeste Porvir*. A inserção do protestantismo no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1984.
- _____. *Protestantes, Pentecostais & Ecumênicos*. O campo religioso e seus personagens. São Bernardo do Campo: Umesp, 1997.
- MENDONÇA, Antônio Gouveia, VELASQUES FILHO, Prócoro. *Introdução ao Protestantismo no Brasil*. São Paulo/São Bernardo do Campo: Loyola/Ciências da Religião, 1990.
- MICELI, Sérgio (Organizador) *Estado e Cultura no Brasil*. São Paulo: Difel, 1984. (Corpo e Alma do Brasil).
- MONTEIRO, Simeu de Barros. *O Cântico da Vida*. São Bernardo do Campo/São Paulo: IEPG/ASTE, 1991.
- MOREIRA, Alberto da Silva (Organizador). *Sociedade Global*. Cultura e Religião. Petrópolis/São Paulo: Vozes/USF, 1999.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX*. O espírito do tempo. Neurose. Vol 1. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.
- _____. *Cultura de Massas no século XX*. O espírito do tempo. Necrose. Vol. 2. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.
- NEOTTI, Clarêncio (Coordenador). *Comunicação e Ideologia*. São Paulo: UCBC/Loyola, 1980.
- NIEBUHR, H. Richard. *As origens sociais das denominações cristãs*. São Paulo/São Bernardo do Campo: ASTE/Ciências da Religião, 1992.

- NOTH, Martin. *Estudios sobre el Antiguo Testamento*. Madri: Ediciones Sigueme, 1985. (Biblioteca de estudios bíblicos, 44).
- ORLANDI, Eni. *Palavra, Fé e Poder*. Campinas: Pontes, 1987.
- _____. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2001.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- _____. *Um outro território*. Ensaios sobre a mundialização. São Paulo: Olho D'Água. [s.d.].
- PIERUCCI, Antônio Flávio, PRANDI, Reginaldo. *A realidade social das religiões no Brasil: religião, sociedade e política*. São Paulo: Hucitec, 1986.
- PIGNATARI, Décio. *Informação, linguagem, comunicação*. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- PLOU, Dafne Sabanes. *Global communication. Is there a place for human dignity?* Genebra: WCC Publications, 1996.
- RECTOR, Mônica, Trinta, Aluísio. *Comunicação não-verbal: A gestualidade brasileira*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- REILY, Duncan A. *História Documental do Protestantismo no Brasil*. São Paulo: ASTE, 1984.
- ROLIM, Francisco Cartaxo et. al. *Pentecostais no Brasil*. Uma interpretação sócio-religiosa. Petrópolis: Vozes, 1985.
- _____. *Pentecostalismo*. Brasil e América Latina. Petrópolis: Vozes, 1995. (Teologia e Libertação, série VII: Desafios da Religião do Povo, tomo VI).
- _____. *Novos Movimentos Religiosos na Igreja e na Sociedade*. São Paulo: AM Edições, 1996.
- ROMEIRO, Paulo. *Evangélicos em crise*. Decadência doutrinária na igreja brasileira. São Paulo: Mundo Cristão, 1995.
- _____. *Supercrentes*. O Evangelho segundo Kenneth Hagin, Valnice Milhomens e os profetas da prosperidade. 6. ed. São Paulo: Mundo Cristão, 1996.
- SACHS, Viola et al. *Brasil & EUA: Religião e Identidade Nacional*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- SANTA ANA, Julio. *Ecumenismo e Libertação: reflexão sobre a relação entre unidade cristã e o Reino de Deus*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- SANTAELLA, Lúcia. *Produção de Linguagem e Ideologia*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1996.
- _____. *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1996. (Primeiros Passos).
- SCHURMANN, Ernest F. *A música como linguagem*. Uma abordagem histórica. 2. ed. São Paulo: Brasiliense/CNPQ, 1990.
- SFEZ, Lucien. *Crítica da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1994.
- SHWARTZ, Tony. *Mídia: o segundo Deus*. São Paulo: Summus, 1981.
- SIEPIERSKI, Carlos Tadeu. *O sagrado num mundo em transformação*. São Paulo: ABHR, 2003.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura*. A comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 1996.
- SOUSA, Mauro Wilton de (Organizador). *Sujeito, o Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- SOUZA, Laura de Mello e. *O Diabo e a Terra de Santa Cruz*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- SPENCER, Jon Michael. *Black Hymnody*. A hymnological history of the African-American Church. Knoxville: The University of Tennessee, 1994.
- SUGUIHARA, Massao. *Adoração e Integridade*. São Paulo: W4Endonet, 2002. (AMC de Louvor).
- TAME, David. *O poder oculto da música*. São Paulo: Cultrix, 1984.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

- _____. *A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- TRIVINHO, Eugênio, LOPES, Dirceu Fernandes (Organizadores). *Sociedade Mediática. Significação, mediações e exclusão*. Santos: Leopoldianum, 2000.
- VIEIRA, Davi Gueiros. *O Protestantismo, a Maçonaria e a Questão Religiosa no Brasil*. 2. ed. Brasília: UnB, [1996?].
- WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1983.
- WILLIAMS, Raymond. *The Long Revolution*. London: Chatto & Windis, 1961.
- _____. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- _____. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- WITT, Marcos. *Adoremos*. Belo Horizonte: Betânia, 2001.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.
- YOUNG, Robert. *Colonial desire. Hybridity in theory, culture and race*. London/New York: Routledge, 1995.

Obras de referência

- ALLMEN, Jean Jacques Von. *Vocabulário Bíblico*. 3. ed. São Paulo: ASTE, 2001.
- BORN, A. van den. *Dicionário Enciclopédico da Bíblia*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1977.
- COELHO, Teixeira. *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Iluminuras, 1997.
- JACOB, César Romero, et. al. *Atlas da filiação religiosa e indicadores sociais no Brasil*. Rio de Janeiro/São Paulo/Brasília: PUC-Rio/Loyola/CNBB, 2003.
- LALANDE, André. *Vocabulário Técnico e Crítico de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- LÉON-DUFOUR, Xavier et. al. (Diretores). *Vocabulário de Teologia Bíblica*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1977.
- O'SULLIVAN, Tim et. al. *Conceitos-chave em estudos de comunicação e cultura*. Piracicaba: Unimep, 2001.
- WALDENFELS, Hans (Editor). *Léxico das religiões*. Petrópolis: Vozes, 1998.

Partes de livros

- ALVES, Luiz Roberto. Política de Formação e Formação Política de Gestores para a Comunicação e a Cultura. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Organizadora). *Gestão de Processos Comunicacionais*. São Paulo: Atlas, 2002.
- BLOIS, Marlene M. O uso cultural e educativo do rádio no Brasil. In: SOARES, Ismar de O., MOTTA, João Manoel (Organizadores). *A comunicação na construção da paz*. São Paulo: UCBC/Paulinas, 1987. p. 149-153.
- BURGOS, Carlos Crespo. Os novos usos do rádio: o cultural e o educativo postos em questão. In: SOARES, Ismar de O., MOTTA, João Manoel (Organizadores). *A comunicação na construção da paz*. São Paulo: UCBC/Paulinas, 1987. p. 91-97.
- COMBLIN, José. Nós e os outros. Os pobres frente ao mundo globalizado”. In: SUESS, Paulo (Organizador.) *Os confins do mundo no meio de nós*. São Paulo: Paulinas, 2000. p. 113-133.
- CUNHA, Magali do Nascimento. Tempo de nostalgia ou de recriar utopias? Um olhar sobre os anos de 1980, vinte anos depois”. In: RIBEIRO, Cláudio, LOPES, Nicanor. *20 anos*

- depois*. A vida e a missão da Igreja em foco. São Bernardo do Campo: Editeo, 2002. p. 21-46.
- DREIFUSS, René Armand. “Corporações estratégicas e mundialização cultural”. In: MORAES, Dênis de (Organizador). *Globalização, mídia e cultura contemporânea*. Campo Grande: Letra Livre, 1997. p.167-234.
- HALL, Stuart. Encoding/Decoding. In: CENTRE FOR CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES (Editor). *Culture, Media, Language: Working papers in Cultural Studies*, 1972-1979. London: Hutchinson, 1980. p. 128-138.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Dos poderes dos media: Comunicação, sociabilidade e política. In: *Brasil. Comunicação, cultura e política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994. p. 65-79.
- SANTOS, Maria Sallet Tauk. Rádio no Brasil: o discurso da modernidade sem mudança”. In: *Rádio e cultura no Brasil*. São Paulo: Cortez/Intercom, 1985. p. 55-60. (Cadernos Intercom).

Teses e dissertações

- BARBOSA, Sérgio Carlos. *Religião e Comunicação: a igreja eletrônica em tempos de globalização gospel*. São Paulo, 2000. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1997.
- BARROS, Laan Mendes de. *A canção de fé no início dos anos 70: harmonia e dissonância*. São Paulo, 1998, Dissertação (Mestrado em Comunicação). Pós-Graduação em Comunicação Social, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1988.
- CUNHA, Magali do Nascimento. *Crise, esquecimento e memória*. O Centro Ecumênico de Informação e a construção da identidade do Protestantismo Brasileiro. Rio de Janeiro, 1997. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Documento). Centro de Ciências Humanas, Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.
- DOLGHE, Jacqueline Zirolto. *A Renascer em Cristo e o mercado de música gospel no Brasil*. São Paulo, 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2002.
- KLEIN, Alberto Carlos Augusto. *Culto e mídia: os códigos do espetáculo religioso*. Um estudo de caso da Igreja Renascer em Cristo. São Paulo, 1999. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1999.
- MACHADO, Rosileny dos Santos Cândido. *A função terapêutica do canto congregacional*. São Paulo, 1991. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Instituto de Pós-Graduação em Ciências da Religião, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1991.
- MATAYOSHI, Leda Yukiko. *Bem aventurados os que se comunicam como marca*. A Igreja Renascer em Cristo. São Paulo, 1999. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.
- RAMOS, Luiz Carlos. *Os corinhos*. Uma abordagem pastoral da hinologia preferida dos protestantes carismáticos brasileiros. São Paulo, 1996. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Instituto de Pós-Graduação em Ciências da Religião, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1996.

- SILVA, Fábio Henrique Pereira. *O Novo Canto da Terra: estudo sobre sua contribuição à renovação litúrgica musical das igrejas evangélicas*. São Paulo, 2001. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião). Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2001.
- YAMADA, Dilma Barbosa. *A música religiosa evangélica em Goiânia*. São Paulo, 1998. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo/Universidade Federal de Goiânia, São Paulo, 1998.

Periódicos no todo

- CONSUMIDOR CRISTÃO. Atibaia: EBF Editora, jan.-jul. 2003. Mensal.
- PENTECOSTES e Nova Era: fronteiras, passagens. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 12, 1994.
- REVISTA DO NOPEM. Rio de Janeiro: Nopem, jan.-jul. 2003. Mensal.
- SHOW GOSPEL, São Paulo: Nova Jerusalém, mar.-jul. 2003. Quadrimestral.

Partes de periódicos acadêmicos

- BISBAL, Marcelino. Comunicación y cultura: para pensar el massmediático. *Estudios venezolanos de comunicación*, Caracas, n. 92, p. 45-55, 4. trim. 95.
- BLOIS, Marlene M. O rádio nosso de cada dia. *Comunicação e Educação*, 2(6), mai./ago. 1996. p. 13-21.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. O número dos eleitos: religião e ideologia religiosa em uma sociedade de economia agrária no Estado de São Paulo. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, n. 3, p. 53-92, out. 1978.
- CANCLINI, Néstor García. El consumo sirve para pensar. *Diálogos de la comunicación*. Lima, n. 30, p. 6-9, jun. 91.
- _____. Comunicación y consumo en tiempos neoconservadores. *Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas, n. 81, p. 3-11, 1 trim. 93.
- _____. Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Época II. Colima, vol. III, n. 5, p. 109-128, jun 1997.
- CHACÓN, Evelin, OLIVO, Ernesto. El consumo cultural televisivo desde la condición multicultural de los perceptores. *Estudios venezolanos de comunicación*. Caracas, n. 95, p. 30-41, 3 trim. 96.
- CUNHA, Magali do Nascimento. O crescimento do marketing evangélico no Brasil como resultado da inserção da doutrina neoliberal no discurso religioso das igrejas evangélicas. *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro, v. VI, n. 2-3, p. 63-77, abr./ago 1999.
- HABERMAS, Jürgen. Arquitetura Moderna e Pós-Moderna. *Novos Estudos Cebrap*. São Paulo, n. 18, p 115-124, set. 1987.
- LARSEN, Neil. Hacia un “segundo historicismo” en la crítica latinoamerican[ist]a. *Revista de crítica literaria latino-Americana*, Lima-Hannover, n. 50, p. 87-90, 2 sem. 1999.
- LIMA, Éber Ferreira Silveira. Reflexões sobre a “corinhologia” brasileira atual. *Reformanda*, São Paulo, n. 2, p. 67-75, ago. 1990.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Estratégias Metodológicas da pesquisa de recepção. *Revista Brasileira de Comunicação*, São Paulo, vol. XVI, n. 2, p. 78-86, jul-dez 1993.
- _____. Recepção dos meios, classes, poder e estrutura. *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, n. 23, p. 101-110, jun. 95.

- _____. Pesquisas de recepção e educação para os meios. *Comunicação e Educação*, São Paulo, n. 6, p. 41-46, mai./ago. 1996.
- _____. Metodologia para o estudo de recepção de telenovelas no Brasil. *Comunicação e Sociedade* 2. São Bernardo do Campo, vol. 14, n. 1-2, p. 93-112, 2000. (Cadernos do Noroeste, Comunicação).
- LULL, James. La estructuración de las audiencias masivas. *Diálogos de la comunicación*. Lima, n. 32, p. 51-57, mar 92.
- MACHADO, Irene. Liminalidad y intervalo: la semiosis de los espacios culturales. *Signa*, Madrid, n. 10, p. 19-40, 2001.
- MARASCHIN, Jaci. O canto popular e a expressão da vida. *Cadernos de Pós-Graduação*, São Bernardo do Campo, n. 2, p. 13-28. fev. 1983.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. Secularización, Desencanto y Reencantamiento Massmediático. *Diálogos de la Comunicación*. Lima, n. 41, p. 71-81, mar. 1995.
- _____. Cidade Virtual: novos cenários da comunicação. *Comunicação e Educação*, São Paulo, n. 11, jan./abr. 1998, p. 53-57.
- MATA, Maria Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos de la comunicación*, Lima, n. 56, p. 80-91, out. 99.
- _____. Radio: Memorias de la Recepción. *Diálogos de la comunicación*, Lima, n. 30, p. 41-53, jun. 91.
- OROZCO-GOMEZ, Guillermo. La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva. *Diálogos de la comunicación*. Lima, n. 30, p. 55-63, jun 91.
- ROWE, William. La regionalidad de los conceptos en el estudio de la cultura. *Revista de crítica literaria latinoamericana*, Lima-Hannover, n. 50, p. 165-172, 2 sem. 1999.
- SANTORO, Luiz Fernando, MANTORANO, Marina, ABREU, Emirene de Ávila. O rádio como instrumento mágico da fé. *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, n. 12, p. 23-28, out. 1984.
- SARLO, Beatriz. Políticas culturales: democracia y innovación. *Punto de Vista*, Buenos Aires, n. 32, abr/jun 1988. p. 8-14.
- SOUSA, Mauro Wilton de. A recepção sendo reinterpretada. *Novos Olhares*, São Paulo, n. 1, p. 39-46, 1 sem. 1998.
- _____. Práticas de recepção mediáticas como práticas de pertencimento público. *Novos Olhares*. São Paulo, n. 1, p. 12-30, 1 sem. 1999.
- SOUZA, Sandra Duarte. Trânsito religioso e construções simbólicas temporárias: uma bricolagem contínua. *Estudos de Religião*, São Bernardo do Campo, n. 20, p. 157-170, jun. 2001.
- VARELA, Mirta. De las culturas populares a las comunidades interpretativas. *Diálogos de la comunicación*. Lima, n. 56, p. 92-103, out. 99.
- WHITE, Robert A. Recepção: a abordagem dos estudos culturais. *Comunicação e Educação*, São Paulo, n. 12, p. 57-76, mai./ago. 1998.

Partes de periódicos não-acadêmicos

- ABENÇOANDO milhões. *Show Gospel*, São Paulo, n. 13, out. 2003. p. 20.
- AH, eu sou maluco por Cristo... *Comunhão*, n. 39, nov. 2000, p. 29.
- ALINE Barros. A musa da música gospel. *Revista do Nopem*, Rio de Janeiro, n. 12, nov. 1999, p. 13-14.
- ALVES, Carlos Alberto Rodrigues. Um cântico-novo-ma-non-tropo. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro, n. 26, mai./jun. 1995. p. 8.

- APAIXONADO por música. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 26, set. 2003, Cartas, p. 8.
- BARBOSA, Ricardo. A Igreja no mercado e profissionalismo religioso. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro, n. 36, jan./fev. 1997, p. 6-7.
- BARBOSA, Sérgio Carlos. Influências ideológicas da mídia evangélica. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas: n. 5, dez. 1991, p. 7.
- BITTENCOURT FILHO, José. Protestantismo: avanços e tropeções. *Tempo e Presença*, Rio de Janeiro, n. 249, jan./fev. 1990, p. 32-34.
- _____. Movimento Carismático: construção invertida da realidade? *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 1, abr./mai. 1991, p. 5.
- _____. Do Kairós protestante: Três Décadas de Conferência do Nordeste. *Contexto Pastoral*, Campinas/Rio de Janeiro, n. 8, mai./jun. 1992, Suplemento Debate, p. 17.
- _____. Protestantismo histórico: crescimento e estagnação. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 25, mar./abr. 1995, p. 6.
- _____. Mosaico religioso e mídia. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro, n. 28, set./out. 1995, p. 6-7.
- _____. Pastoral e identidade evangélica. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 30, jan./fev. 1996, p. 5.
- BOAS-novas para os músicos cristãos. *Show Gospel*, São Paulo, n. 9, set. 2002, p. 22.
- BOLA de Neve. A bola da vez. *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 20.
- BURITY, Joanildo A. Mística e espiritualidades. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 25, mar./abr. 1995, p. 10..
- CAÇADOR de Deus. *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 18.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. A propósito de exorcistas e “amarradores” de demônios. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 22, set./out. 1994, p.10-11.
- CARDOSO, Onésimo de Oliveira. Canal 13, TV Fanini. *Tempo e Presença*. Rio de Janeiro, n. 228, mar. 1988, p. 18-19.
- CAROS irmãos em Cristo. *Lar Cristão*, Atibaia, n. 75, set. 2003, Carta do Leitor, p. 6.
- CASTRO, Clóvis Pinto de. A linguagem da pregação evangélica. *Contexto Pastoral*. Rio de Janeiro, n. 38, mai./jun. 1997, Suplemento Debate, p. 19-23.
- CAVALCANTI, Robinson. Predestinados à riqueza e ao poder. Civilização em transição. *Contexto Pastoral*. Rio de Janeiro/Campinas, n. 24, jan./fev. 1995, p. 6.
- _____. Neoliberalismo e neomundano. *Contexto Pastoral*. Rio de Janeiro, n. 36, jan./fev. 1997, p. 8.
- CESAR, Waldo. 200 mil desempregados, 70 mil prostitutas. *Contexto Pastoral*, Campinas/Rio de Janeiro, n. 8, mai./jun. 1992, Suplemento Debate, p. 10.
- _____. Um ecumenismo voltado para o mundo. Esboço para uma história do ecumenismo no Brasil. *Contexto Pastoral*, n. 26, mai./jun. 1995, Suplemento Debate, p. 3-4.
- COM a Palavra, Robinson Monteiro. *Revista Gospel*, São Paulo, n. 3, p. 0.8-1.3.
- COM suor, academia cresce na crise. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 9 nov. 2003, Caderno Negócios, p. 3.
- CRESCE venda de instrumentos musicais. Evangélicos impulsionam as vendas. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 23 jun. 1996, Caderno 6, p. 1.
- CRUZEIRO Gospel. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 19, fev. 2003, p. 51.
- DE bem com Ultimato há 36 anos. *Ultimato*, Viçosa, n. 284, set.-out. 2003, Cartas, p. 12.
- DE volta à TV. *Show Gospel*, São Paulo, n. 9, set. 2002, p. 14
- DEUS é pop. Rock evangélico – uma combinação que seduz a juventude. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 5, dez. 1991, p. 6.
- DEUS me fez casca-grossa. *Eclésia*, São Paulo, n. 58, set. 2000, p. 12-18.
- DJS de Cristo tocam em igreja. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 16 fev. 2001, *Revista da Folha*, p. 91

- DUSILEK, Darci. Movimento carismático: uma análise não carismática. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 1, abr./mai. 1991. p. 6
- DUTRA, Marcelo. Nos bastidores do testemunho. *Vinde*, Niterói, n. 15, jan. 1997.
- E VAI rolar a festa. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 19, fev. 2003, p. 53-58
- ERNANDES FILHO, Estevan. A perua de Deus. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 jun. 1994, Caderno 1, Painel do Leitor, p. 3.
- ESTÁ valendo a pena. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 24, jul. 2003, p. 66-67.
- EVANGÉLICOS despertam interesse de empresas. *O Estado de São Paulo*, São Paulo 15 set. 1996, Caderno B, Economia, p. 10.
- EXALTAÇÃO da fé. *Revista do Nopem*, Rio de Janeiro, n. 15, mar. 2000. p. 18-19.
- EXTREMOS do corpo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 mar. 2002, Folha Teen, p. 2-4.
- FAMOSOS e convertidos. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 23, jun. 2003.
- GRANDES em talento, tamanho e fé. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 19, fev. 2003, p. 60.
- IGREJA Universal adota marketing social, *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 abr. 1995, Caderno 1, p. 8.
- INHAUSER, Marcos Roberto. A umbandização do contexto carismático. *Contexto Pastoral*. Rio de Janeiro/Campinas, n. 24, jan./fev. 1995. p. 8.
- LOUCOS por Jesus. *Eclésia*, São Paulo, n. 92, set. 2003, p.31-34.
- LOUVOR e adoração como prioridade. *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 10.
- MARA Maravilha: 'Deus tem sido maravilhoso nesta vida'. *Revista Gospel*, São Paulo, n. 3, p. 4.4
- MARA Maravilha em Festa! *Show Gospel*, São Paulo, n. 12, jul. 2003, p. 52
- MARASCHIN, Jaci. O canto popular e a expressão da vida. *Cadernos de Pós-Graduação*, São Bernardo do Campo, n. 2, p. 13-28. fev. 1983.
- MARAVILHA de tudo. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 24, jul. 2003, p. 65.
- MELO, José Marques de (Coordenador). *Identidades culturais latino-americanas em*
- MINISTÉRIO profético de louvor e adoração em novo disco. *Show Gospel*, São Paulo, n. 9, set. 2002, p. 28.
- NEVES, Amélia Tavares C. A pregação milionária da salvação. *Tempo e Presença*, Rio de Janeiro, n. 228, mar. 1988. p. 20-21.
- PAVARINI, Sérgio. Livraria cristã: negócio ou ministério? *Consumidor Cristão*, Atibaia, n. 7, 2002, p. 38.
- PEREZ, Rolando. A cultura dos meios de comunicação no ritual evangélico. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro, n. 35, nov./dez. 1996. p. 11.
- PERUA de Deus. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 22 mai. 1994, *Revista da Folha*, p 12-15
- QUAL é a cara do gospel? *Eclésia*, São Paulo, n. 58, set. 2000, *Encarte Revista da Força*, n. 2, p. 3.
- QUINTINO, Milton. Chega de transição! *Expositor Cristão*, São Bernardo do Campo, n. 5, 1 quin. mar. 1981, p. 16.
- RIBEIRO, Claudio de Oliveira. Experiência carismática, vírgula. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 16, set./out. 1993, p. 9.
- _____. A crise das igrejas e o "princípio protestante". *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 19, mar./abr. 1994, p. 11.
- ROCHA, Marcelo. Exaltação da Fé. *Revista do Nopem*, Rio de Janeiro, n. 15, mar. 2000. p. 18-19.
- SAMBA no pé, Bíblia na mão. *Eclésia*, São Paulo, n. 74, fev. 2002. p. 32-38.
- SAÚDE e beleza são remédio contra a crise. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 8 set. 2002, Caderno Negócios, p. 13
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da Silva, COSTA, Lúcia. Messianismo Eletrônico. *Crítica da Informação*, São Paulo, n. 2, jun/jul. 1983, p. 16-27.

- SILVA, Marcos Alves da. Nova Era e a batalha no mercado dos bens simbólicos. *Contexto Pastoral*, Rio de Janeiro/Campinas, n. 18, jan./fev. 1994, p. 9.
- SOUZA, Osmar. Antiguidade deixou de ser posto. *Consumidor Cristão*, Atibaia, n. 7, mai. 2002, p. 4.
- SUCESSO abençoado pela fé. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 29 dez. 2003, Caderno C, SP Variedades, p. 1.
- SURFE um estilo de vida. *Revista Gospel*, São Paulo, n. 3, p. 2.5.
- TALENTO infantil. *Show Gospel*, São Paulo, n. 9, set. 2002, p. 36.
- TUDO de bom... e mais alguma coisa. *Consumidor Cristão*, Atibaia, n. 23, set. 2003, p. 12.
- UM novo tempo. *Show Gospel*, São Paulo, n. 13, out. 2003, p. 32.
- UMA onda de adoração. *Eclésia*, São Paulo, n. 78, jun. 2002, p. 48-57.

Entrevistas publicadas

- MARTIN-BARBERO, Jesús. Comunicação e mediações culturais. *Revista Brasileira de Comunicação*, São Paulo, vol XXIII, n. 1, p. 151-163, jan./jun. 2000. Entrevista.
- MATA, Maria Cristina. El consumo desde una perspectiva critica. *Estudios venezolanos de Comunicación*, Caracas, n. 81, p. 56-59, 1º. trim. 93. Entrevista.
- PROFETA, Apóstolo e Polêmico. *Eclésia*, São Paulo, n. 92, set. 2003, p. 18-25. Entrevista.

Textos não-publicados

DEPOIMENTOS a Magali do Nascimento Cunha. II Feira do Consumidor Cristão, São Paulo, 25 set. 2003

- CALISSI, Eduardo Pacheco. Entrevista do diretor da EBF Eventos concedida a Magali do Nascimento Cunha durante a 1ª FICOC. São Paulo, 20 set. 2002.
- KRAUSS, Carla. Entrevista da assessora de comunicação da EBF Eventos concedida a Magali do Nascimento Cunha durante a 1ª FICOC. São Paulo, 20 set. 2002
- RIEGER, Jörg. What do margins and center have to do with each other? The future of Methodist traditions and theology. Palestra proferida na Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 4 jun. 2003. Paper.

Fontes eletrônicas

Livros, partes de livros e obras de referência

- ARNOLD, Matthew. *Culture and Anarchy*. 3. ed. New York: Macmillan and Co., 1882. In: UNIVERSITY of Toronto English Library. Disponível em: <http://www.library.utoronto.ca/utel/authors/arnoldm.html>. Acesso em: 10 jun. 2003
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda et al. *Novo Dicionário Aurélio Século XXI*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000. In: BIBLIOTECA Uol. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/aurelio>>. Último acesso em: 13 mar. 2004.

- FERRIS, William, WILSON, Charles Reagan (Organizadores). *Encyclopedia of Southern Culture*. In: University of North Carolina Press, 1989. Disponível em: <http://www.arts.state.ms.us/crossroads/music/gospel/mu2_text.html>. Acesso em: 15 mar. 2003
- INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN. *Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira*. Disponível em: <<http://www.dicionariocravoalbin.com.br>>. Último acesso: 2 fev. 2004.
- MARCONDES, Marcos Antônio (Organizador). *Enciclopédia da música brasileira: erudita, folclórica, popular*. 2 ed. São Paulo: Art Editora, 1998. In: BIBLIOTECA Uol. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/encmusical>>. Acesso em: 8 mai. 2003
- WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary. In: GRAY, Ann, MCGUIGAN, Jim (Editores). *Studies in Culture: An Introductory Reader*. London: Arnold, 1997. In: Washington State University. Disponível em: <<http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/culture-definitions/raymond-williams.html>>. Acesso em: 22 nov. 2002.

Partes de periódicos não-acadêmicos

- A FORÇA do Senhor. *Veja On Line*, São Paulo, 3 jul. 2002. Disponível em: <http://www.veja.com.br/030702/p_088.html>. Acesso em: 29 nov. 2003.
- CARREIRAS salvas pela força da fé. *Época On Line*, 2 dez. 2002. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT446131-1661,00.html>>. Acesso em: 13 out. 2003
- ESTE xampu vai fazer sua cabeça. *Exame On Line*, São Paulo, 10 fev. 1999. Disponível em: <http://www.exame.abril.com.br/edicoes/681/anteriores/conteudo_13152.shtml>. Acesso em 10 jun. 2003.
- FEIRA do Consumidor Cristão movimenta 3,5 milhões de dólares. *Serviço de Notícias ALC*, Lima, 16 out. 2003. Boletim Eletrônico recebido por claumaga@uol.com.br em 16 out. 2003.
- GUIARRA com fé. *Guitar Player On Line*, São Paulo, out. 2003. Disponível em: <<http://www.guitarplayer.com.br/materia/60/juninho.htm>>. Acesso em: 17 out. 2003
- JESUS Cristo Super Star. *Istoé On line*, São Paulo, 23 jun. 1999. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoec/cultura/155113.htm>>. Acesso em: 10 set. 2003.
- LOBATO, Elvira. Concessões crescem em família. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, 20 set. 2000. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/qtv/200920008.htm>>. Acesso em 12. mai. 2002
- _____. Igreja evangélica disputa 649 licenças de FM. *Observatório da Imprensa*. São Paulo, 8 jan. 2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp080120035.html>>. Acesso em: 12 fev. 2003.
- MALIN, Mauro. Riscos do monopólio. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, Dossiê, 5 mai. 1987. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/cadernos/do0505c.htm>>.
- O LADO sombrio da Renascer. *Época On Line*, São Paulo, 20 mai. 2002. Disponível em: <<http://www.epoca.globo.com/edic/209/especialgolpea.htm>>. Acesso em: 24 jun. 2003.
- O LEGADO dos céus. *Istoé Dinheiro On Line*, São Paulo, 3 set 2003. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoedinheiro/314/negocios/314_legado_ceu.htm>. Acesso em: 10 nov. 2003

REAVIVAMENTO sob o ponto de vista histórico. *Ultimato*, Viçosa, n. 266, set./out. 2000. Disponível em: <http://www.ultimato.com.br/revistas_edicoes_anteriores.asp>. Acesso em: 15 out. 2003.

RIMAS Sagradas. *Correio Brasiliense On Line*, Brasília, 17 ago 2003. Disponível em: <http://www2.correioweb.com.br/cw/EDICAO_20030817/cadc_mat_170803_102.htm>. Acesso em: 27 ago. 2003.

Páginas eletrônicas no todo

AB RECORDS. Disponível em: <<http://www.abrecords.com.br>>. Acesso em: 1 out. 2002.

ACHEI CIFRAS. Disponível em: <<http://www.acheicifras.uol.com.br>>. Acesso em: 2 set. 2003.

ALELUIA.COM.BR. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/aleluia>>. Acesso em jan.-jun. 2003.

ASSOCIAÇÃO DE MÚSICOS CRISTÃOS. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/bibliaworld/amc>>. Acesso em: 3 set. 2003.

FRUTO SAGRADO. Disponível em:

<http://www.frutosagrado.com.br/news_noticia.cfm?cod_news=77>. Acesso em: 2 fev. 2003.

BIBLE WORLD NET. Disponível em: <<http://www1.uol.com.br/bibliaworld>>. Acesso em: jan.-jun. 2003.

BOLETIM ALINE BARROS. Disponível em: <<http://www.idpbrasil.hpg.ig.com.br/boletim/bolealinb.htm>>. Acesso em: 2 fev. 2003.

EBF EDITORA. Disponível em: <<http://www.ebfeitora.com.br>>. Acesso em: 1 jul. 2003

EBF EVENTOS. Disponível em: <<http://www.ebfeventos.com.br>>. Acesso em: 13 fev. 2003.

ECLESIA. Disponível em: <<http://www.eclesia.com.br/publicidade/informacoesgerais.html>>. Acesso em: 4 set. 2003.

ENCONTRO NACIONAL DE LOUVOR PROFÉTICO. Disponível em: <<http://www.louvorprofetico.com.br>>. Acesso em: 20 out. 2003.

ENFOQUE GOSPEL. Disponível em: <<http://www.revistaenfoque.com.br/miolo.php?aid=2>>. Acesso em 10 nov. 2003.

EVANGÉLICOS.COM. Disponível em: <<http://www.evangelicos.com>>. Acesso em: out. 2002-nov. 2003.

GOSPEL MUSIC CAFÉ. Disponível em: <<http://www.gospelmusic.com.br>>. Acesso em: 18 dez. 2001

HUMORISTA JASIEL BOTELHO. Disponível em: <<http://www.jasiel.cjb.net>>. Acesso em: 5 nov. 2003.

IBOPE. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br>>. Acesso em: jan.-nov. 2003.

IGREJA BATISTA DA LAGOINHA. Disponível em: <<http://www.lagoinha.com.br>>. Acesso em: jan.-nov. 2003.

IGREJA PRESBITERIANA INDEPENDENTE DE DIADEMA. Disponível em: <<http://netministries.org/see/churches/ch06279>>. Acesso em: 22 ago. 2002.

IGREJA RENASCER EM CRISTO DE TAGUATINGA/DF: Disponível em: <<http://orbita.starmedia.com/~renascertag/gospelrecords.htm>>. Acesso em: 1 out. 2003.

IGREJA RENASCER EM CRISTO – Portal IGospel: Disponível em: <<http://www.igospel.com.br>>. Acesso em: jan.-nov. 2003.

INSTITUTO NOPEM. Disponível em: <<http://www.nopem.com.br>>. Acesso em 24 jun. 2003.

- JESUS MOVEMENT. Disponível em: <<http://one-way.org/jesusmovement>>. Acesso em: 23 nov. 2002.
- LATIN GRAMMY AWARDS. Disponível em: <<http://latigrammy.aol.com>>. Acesso em: 23 nov. 2003.
- LOUVORNET. Disponível em: <<http://www.louvornet.com.br>>. Acesso em: 18 dez. 2001
- MARÇA PARA JESÚS. Disponível em: <<http://www.marchaparajesus.com.br>>. Acesso em: 6 ago. 2003.
- MINISTÉRIO DE LOUVOR DIANTE DO TRONO. Disponível em: <<http://www.diantedotrono.com.br>>. Acesso em: jan.-nov. 2003.
- REDE MELODIA. Disponível em: <<http://www.melodia.com.br>>. Acesso em: 1 jul. 2003.
- SISTEMA AJESP SINDIJOIAS SINDICOM. Disponível em: <<http://www.ajesp.com.br/framesetnews.htm>>. Acesso em: 22 ago. 2002.
- TROFÉU TALENTO. Disponível em: <<http://www.redealeluia.com.br/trofeu2003>>. Acesso em: 15 out. 2003, 22 mar. 2004.
- VINEYARD MUSIC. Disponível em: <<http://www.vineyard.com.br>>. Acesso em: 22 out. 2003.

Partes de páginas eletrônicas

- 1999-2000 Um biênio de grandes confirmações. *Ministério Diante do Trono*. Disponível em: <http://www.diantedotrono.com.br/familiadt/1st_historia.asp>. Acesso em: 3 set. 2003.
- ALINE Barros é destaque da música gospel no Brasil *Linha Aberta com Jesus On Line*, Deerfield Beach, abr. 2002. Disponível em: <<http://www.linhaaberta.com/arquivo/2002/ed45/aline.html>>. Acesso em: 1 out. 2002.
- BEZERRA, Ronaldo. A ministração do louvor. *Ronaldo Bezerra*. Disponível em: <<http://www.ronaldobezerra.com.br>>. Acesso em: 3 set. 2003.
- _____. Artistas ou adoradores? *Ronaldo Bezerra*, Estudos. Disponível em: <<http://www.ronaldobezerra.com.br>>. Acesso em: 3 set. 2003.
- _____. A influência da música. *Ronaldo Bezerra*, Estudos. Disponível em: <<http://www.ronaldobezerra.com.br>>. Acesso em: 3 set. 2003.
- CAMPOS, Adhemar de. Ministração do louvor no culto. *Adhemar de Campos*. Disponível em: <http://www.evangelicos.com/pages/Artigos/Adhemar_de_Campos>. Acesso em: 1 set. 2003.
- DIANTE do Trono, o início de tudo. Ministério Diante do Trono. Disponível em: <http://www.diantedotrono.com.br/familiadt/1st_historia.asp>. Acesso em: 3 set.
- INVESTINDO na Adoração. *Ministério Diante do Trono*, Matérias. Disponível em: <<http://www.diantedotrono.com.br/materia/default.asp>>. Acesso em: 3 set. 2003.
- KERR NETO, Guilherme. Que Deus Adoramos? *Associação de Músicos Cristãos*. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/bibliaworld/amc/reflex.htm>>. Acesso em: 13 out. 2003.
- LEVY, Miguel. Os levitas na casa de Deus. *Sou Levita*. Disponível em: <http://orbita.starmedia.com/~praiser/sl_levitas.htm>. Acesso em: 25 fev. 2001.
- MAPA da Exclusão Digital. *Comitê de Democratização da Informática*. Disponível em: <<http://www.cdi.org.br>>. Acesso em: 12 nov. 2003.
- NOSSA história. *Comunidade Evangélica Cristã da Vila da Penha*. Disponível em: <http://www.comunidadeevangelicacrista.com.br/nossa_hist.html>. Acesso em: 9 out. 2003
- XAVIER, Sóstenes Mendes. Formas de Louvor e Adoração no meio do culto a Deus. *Bible World Net*, Colunas. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/bibliaworld/musica/mp3/col03.htm>>. Acesso em: 7 out. 2003.

_____. Os adoradores e a Teologia. *Bible World Net*, Colunas. Disponível em: <http://www.uol.com.br/bibliaworld/musica/mp3/col03.htm>. Acesso em: 7 out. 2003.

Entrevistas

ENTREVISTA. *Guitar Player On Line*, São Paulo, out. 2003. Disponível em: <http://www.guitarplayer.com.br/materia/60/juninho2.htm>. Acesso em: 17. out. 2003

ENTREVISTA com a cantora Jamilly. *Troféu Talento*, 21 mar. 2003. Disponível em: <http://www.redealeluia.com.br/trofeu2003>. Acesso em: 15 out. 2003.

KLEBER Lucas: Um referencial na música Cristã. *Editora Naos*, Entrevista. Disponível em: <http://www.editoranaos.com.br/assuntos>. Acesso em: 13 out. 2003.

OFICINA G3. *Cifra Club*, Belo Horizonte, Entrevista, 15 fev. 2002. Disponível em: <http://cifraclub.terra.com.br/colunas/oucaessa/index.php?id=29>. Acesso em: 27 ago. 2003.

Papers

CAMPOS, Leonildo Silveira. O marketing e as estratégias de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus. Paper apresentado no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 6-9 set. 1999. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt17/art-gt17.html>. Acesso em: 11 set. 2003.

MACHADO, Irene. Impacto ou explosão? Cultura tecnológica e metáfora balística. Paper apresentado no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt08/08m05.pdf>. Acesso em: 25 out. 2002.

PINHEIRO, Márcia Leitão. O proselitismo evangélico: musicalidade e imagem. Paper apresentado nas VIII Jornadas sobre Alternativas Religiosas na América Latina, 22-25 set. 1998. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/sociologia/posgraduacao/jornadas/papers/st06-4.doc>. Acesso em: 7 abr. 2004.

ROLDÃO, Ivete Cardoso C. O governo FHC e a política de radiodifusão. Paper apresentado no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/xxii-ci/gt27/art-gt27.html>. Acesso em: 13 mar. 2003.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Espetáculo, Política e Mídia. Paper apresentado no XI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 4-7 jun. 2002. Disponível em: <http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Albino2002.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2004.

Outras fontes

CARTA do Colégio Episcopal da Igreja Metodista aos pastores metodistas, datada de outubro de 2003.

PROGRAMA do Gugu. São Paulo: SBT, 19 de maio de 2002.

NOS braços do pai. Diante do Trono 5, ao vivo. Produção do Ministério de Louvor Diante do Trono. Belo Horizonte: Diante do Trono, 2002. 1 Videocassete (128 min.): VHS, NTSC, son, color.

ANEXOS

ANEXO 1 - Questionário para pesquisa quantitativa – Grupo de Pesquisa *Discursus*, UESP.

ANEXO 2 – Anúncio do Celular Fiel, da Ericsson.

ANEXO 3 – Anúncio dos Cosméticos Blessed – Revista *Ultimato*, n. 272, set./out. de 2001.

ANEXO 4 - Capa da Revista *Gospel*.

ANEXO 5 – Capa da Revista *Enfoque Gospel*

ANEXO 6 – Capa da Revista *Show Gospel*

ANEXO 7 – Parte da capa da Revista *Consumidor Cristão*

ANEXO 8 – Anúncio do *drops* “Hosana”

ANEXO 9 – Matéria sobre cantora gospel-modelo *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 1, ago. 2001, p. 28.

ANEXO 10 – Matéria “cristão moderno”. *Enfoque Gospel*, Rio de Janeiro, n. 1, ago. 2001, p. 32.

ANEXO 11 – O modelo “Diante do Trono”

GRUPO DE PESQUISA DISCURSUS

Pesquisa: Mídia e Evangélicos

Sexo () Feminino () Masculino

Idade () 15 a 18 anos () 19 a 30 anos () 31 a 50 anos () Acima de 50 anos

Local de nascimento _____

Há quantos anos mora na cidade em que reside? _____

Profissão _____

Ocupação () Empregado/a. Em que? _____ () desempregado/a

Estado civil () casado/a () solteiro/a () viúvo/a () divorciado/a () separado/a

Escolaridade

() Não estudou () Educação fundamental (Antigo 1º grau)
() Educação Média (Antigo 2º Grau) () Educação Superior (Faculdade)

O lugar onde mora é:

Casa alugada () Casa de parentes () Casa própria ()

Seu local de moradia tem:

Videocassete () sim () não

Máquina de Lavar () sim () não

Geladeira () sim () não

Aspirador de pó () sim () não

Dos itens abaixo quantos existem no seu local de moradia (marque um x no número relacionado a cada item):

	Nenhum	1	2	3	4	5	6 ou mais
Carro							
TV em cores							
Banheiros							
Empregada mensalista							
Rádio							

Nome de sua Igreja _____

Você mora no bairro onde está localizada a Igreja? () sim () não

Há quanto tempo está nesta igreja?

- () 0 a 2 anos () 3 a 5 anos () 5 a 10 anos
() 10 a 15 anos () 15 a 20 anos () mais de 20 anos

Já participou de outra denominação evangélica?

- () sim. Qual? _____
() não

As pessoas com quem você reside pertencem à sua igreja? () Sim () Não

Você lê jornal (escolha uma opção)

() Nunca	() Três vezes por semana
() As vezes	() Só em finais de semana
() Uma vez por semana	() Todos os dias da semana

Dentre os jornais mais vendidos nas bancas, qual o que você costuma ler:

Jornal _____

Quais os jornais religiosos que você costuma ler:

() Não leio
Jornal _____
Jornal _____

Você lê revistas (escolha uma opção)

() Nunca	() Duas vezes por mês
() As vezes	() Uma vez por semana
() Uma vez por mês	

Dentre as principais revistas brasileiras, quais as que costuma ler?

Revista _____
Revista _____

Dentre as revistas religiosas, quais as que costuma ler?

Revista _____
Revista _____

Você assiste TV (escolha uma opção)

() Nunca	() Só nos finais de semana
() As vezes	() Todos os dias
() Uma vez por semana	quantas horas em média? _____

Indique dois tipos de programa não-religiosos que mais assiste na TV:

- 1-
2 -

Indique dois tipos de programa religiosos que mais assiste na TV:

- 1-
2 -

Você ouve rádio (escolha uma opção)

- ☐ Nunca
☐ As vezes
☐ Só nos finais de semana

- ☐ Uma vez por semana
☐ Três vezes por semana
☐ Todos os dias

quantas horas em média? _____

Que tipo de programas não-religiosos você mais gosta de ouvir no rádio

- 1-
2 -

Que tipo de programas religiosos você mais gosta de ouvir no rádio

- 1-
2 -

Qual é a sua rádio evangélica preferida? _____

Você já ligou para alguma rádio evangélica? ☐ sim ☐ não

Por que ligou? (você pode escolher mais de uma opção)

- ☐ Para responder à pergunta feita em um programa ☐ Para concorrer a um sorteio
☐ Para participar de um programa com uma pergunta ☐ Para solicitar uma informação
☐ Outro motivo _____

Você tem acesso à internet? ☐ sim ☐ não

O que mais gosta de acessar na internet? (você pode escolher mais de uma opção)

- ☐ informações ☐ textos e estudos
☐ diversão ☐ debates
☐ bate-papo ☐ música
☐ Outros _____

Quais os dois sites religiosos que você costuma acessar na internet:

- 1 -
2 -

Você lê livros (escolha uma opção):

- ☐ Nunca ☐ Um por mês ☐ Três por ano ☐ Um por ano

Indique os dois últimos livros não-religiosos que você leu:

- ☐ Não leio livros não religiosos
1-
2 -

Indique os dois últimos livros religiosos que você leu:

- 1-
2-

Você compra CDs (escolha uma opção):

- () Nunca
() Às vezes, dependendo dos lançamentos
() Às vezes, dependendo das ofertas promocionais
() Pelo menos um por mês
() Mais de um por mês

Indique os dois últimos CDs de música não-religiosa que você comprou:

- () Não compro CDs de música não-religiosa
1-
2 -

Indique os dois últimos CDs de música religiosa que você comprou:

- 1-
2 -

Que outros produtos religiosos você costuma adquirir (você pode marcar mais de uma opção):

- () roupas () objetos de decoração
() pequenos objetos (canetas, chaveiros, etc.) () viagens, excursões e passeios
() cartão de crédito () cosméticos
() bijuterias () jóias
() Outros _____

No geral, você procura por esses produtos () às vezes () sempre

Quais são suas opções de lazer? (Marque a quantidade respectiva a cada item)

	<i>Nunca</i>	<i>Às vezes</i>	<i>Uma vez por semana</i>	<i>Mais de uma vez por semana</i>	<i>Uma vez por mês</i>	<i>Mais de uma vez por mês</i>	<i>Todos os dias</i>
Cinema							
Teatro							
Show musical não religioso							
Show musical religioso							
Assistir filmes em vídeo							
Esportes							
Assistir TV							
Ouvir música							
Ir ao shopping							

	<i>Nunca</i>	<i>Às vezes</i>	<i>Uma vez por semana</i>	<i>Mais de uma vez por semana</i>	<i>Uma vez por</i>	<i>Mais de uma vez por mês</i>	<i>Todos os dias</i>
--	--------------	-----------------	-----------------------------------	---	----------------------------	--	--------------------------

Anexo 1

					<i>mês</i>		
Realizar passeios/viagens							
Programações da igreja							
Outra _____							

Qual é o seu cantor evangélico preferido? _____

Qual é a sua cantora evangélica preferida? _____

Qual é a sua banda evangélica preferida? _____

Qual é a sua música evangélica preferida? _____

Por que prefere esta música? (escolha uma opção)

- () por causa da letra/mensagem () por causa da melodia () por causa do estilo musical
 () Outro motivo _____

Caso tenha participado de um show gospel, que coisas que foram mais marcantes para você no show gospel? (você pode indicar mais de uma opção):

() A multidão reunida	() Ouvir a sua música preferida cantada ao vivo
() A presença do seu cantor preferido	() O cenário
() A presença da sua cantora preferida	() Poder dançar
() A presença a sua banda preferida	() Outras _____

Você já contribuiu com alguma obra assistencial não-religiosa?

- () sim. Qual? _____ () Não

Você já contribuiu com alguma obra assistencial religiosa?

- () sim. Qual? _____ () Não

O celular para quem acredita
no poder da palavra.

Fiel T60

A Ericsson está lançando o Fiel, aparelho celular para os membros da Assembléia de Deus. Além de contar com um produto de qualidade e condições de pagamento diferenciadas, você terá em mãos um poderoso instrumento para divulgar sua fé e se comunicar com seus irmãos.

A seguir apresentamos alguns dos serviços oferecidos pelo Fiel, no modelo T60.

- ***Você pode programar seu Fiel para tocar até oito hinos diferentes ao receber chamadas.***
- ***Receba mensagens bíblicas no seu celular Fiel através do serviço de mensagens SMS.****
- ***Quando você liga o aparelho aparece na tela a pomba, símbolo do Espírito Santo.***
- ***Fundo de tela com a imagem da pomba sempre visível no display.***
- WAP, acesse a internet do seu celular*.
- Compatível com Headset Bluetooth™: converse sem fios, a verdadeira mobilidade, podendo ficar até 10 metros de distância do telefone celular e utilizar discagem de voz.
- Agenda telefônica com alta capacidade e sincronizável com o seu computador. Capacidade para mais de 500 números, com inclusão de até 6 entradas para cada pessoa (celular, casa, trabalho, fax e e-mail), além de poder incluir tarefas e compromissos.
- Lista das 30 últimas chamadas feitas, recebidas e não atendidas.
- Antena interna.
- 5 jogos diferentes.
- Relógio, alarme e cronômetro.
- Calculadora.
- Menu em 6 idiomas.
- Alerta vibratório.

Completa linha de acessórios. Para maiores informações dos acessórios disponíveis do T60, visite a nossa loja no site www.sonyericssonshop.com.br

Tamanho	121x54x23mm
Peso	124g
Cor	azul
Tempo de conversação	até 3h45
Tempo de espera	até 230h

* Esses serviços dependem da disponibilidade da operadora.

A natureza é uma benção de Deus e todos podemos usufruí-la...

Blessed

O Cosmético Abençoado

Cod. 00120 - Kit Masculino - (3 x R\$ 19,60)

Loção após barba (140 ml) - Devolve a pele a hidratação perdida com o barbear. Refresca e acalma a pele.
Deo Colônia (140 ml) - Fragrância marcante para o homem exigente e elegante.

Leendo nas Escrituras Sagradas vemos como o povo de Deus tinha e usava o que havia de melhor, e agora você que é raça eleita e sacerdócio real, pode usufruir do que há de melhor, com Blessed Cosméticos.

(Lev. Cantares 4:10 à 15)

Através de um amplo estudo bíblico a Pison Cosméticos desenvolveu e elaborou perfumes e produtos para o cuidado da pele, compostos de extratos de Alôô, Amêndoa, Cássia, Cílimo, Incenso, Mirra, Nardo entre outros.

Cod. 00170 - Kit Feminino - (3 x R\$ 21,60)

Loção hidratante pr. mãos e corpo (215 ml) - Devolve a maciez da pele. Previne estrias e flacidez.
Deo Colônia (140 ml) - Fragrância sofisticada para a mulher atual e atuante.

Preencha com letra de forma

Nome

Data Nasc.: / /

CPF

RG

End.:

Bairro: Cep:

Cidade:

Estado:

Tel. ()

e-mail:

Assinatura

Data: / /

Código	Produto	Preço Unitário	Quantidade Kits	Total
00120	Kit Masculino	R\$ 58,80		
00170	Kit Feminino	R\$ 64,80		
			Frete	
			Total	

FAÇA JÁ SEU PEDIDO

POR CORREIO, FAX OU E-MAIL,

enviando o cupom ao lado para:
Pison Ind. Cosméticos Ltda.
Rua Dr. Paulo Leite de Oliveira 265 - Botucatu
Cep. 05524-000 - São Paulo - SP
Fone/fax: (11) 3735.2857 e 3733.1424
E-mail: blessed@blessedcosmeticos.com.br
www.blessedcosmeticos.com.br

FRETE DE 1 A 10 KITS

Estados	Valor Frete R\$
SP, MG, PR, RJ, SC, RS, ES	0,00
DF, MS, GO, BA, MT, TO	14,00
AL, CE, PB, PI, RO	18,00
AC, AP, AM, CE, MA, PA	21,00

Condições de pagamento: Cobrança bancária / 1º pagto. 15 dias da entrega - 2º pagto. 30 dias da entrega - 3º pagto. 60 dias da entrega
Em toda produção dos Cosméticos Claude Bergère, Blessed e do Óleo da União, usamos sobre todos os ingredientes das fórmulas, e os conservamos ao SODIOR ESUS C&F/D.

DROPS HOSANA MORANGO
A PALAVRA DE DEUS PARA VOCÊ! Sal&Luz

DROPS HOSANA MENTA
A PALAVRA DE DEUS PARA VOCÊ! Sal&Luz

Textos originais SBTB

QUEM É A CORY
É uma empresa de produtos alimentícios com quase 30 anos de fundação. Princípios éticos na administração de seus recursos humanos e zelo com o consumidor em difundir não só a qualidade de seus produtos, mas essencialmente firmar laços familiares, fazem parte do perfil da Indústria Cory. Por esses motivos, cremos que fomos dirigidos pelo SENHOR, para estarmos unidos neste propósito de levar as Boas Notícias.

CONTAMOS COM SUA PARTICIPAÇÃO
É com alegria que comunicamos ao Amado(a) Irmão (ã) tão grande vitória. Sua opinião é preciosa e nos ajudará a formar uma consciência favorável, nessa nova etapa do Projeto Sal & Luz ao evangelismo de massa.

Sal&Luz **Qualidade CORY**

Fernanda Brum conta tudo

A cantora revela os cuidados para deixar seus cabelos bonitos e saudáveis

Manter os cabelos sempre bonitos não é nada fácil, principalmente quando eles são muito longos. A cantora Fernanda Brum, famosa por seus cabelos compridos, sabe muito bem disso. Ela vive intensa rotina para

Samuel Santos

Antes de pintá-los, Fernanda tinha os cabelos claros.

deixá-los sempre com brilho, volume e cor. Eles são longos há mais de cinco anos, e, acreditem, um pouco antes de seu casamento Fernanda, que tem cabelos castanhos-claro, procurou a cabeleireira Jesuíta Senna para cortá-los. "Meus cabelos sempre tinham o aspecto de maltratados por causa das pontas, mas a Jesuíta fez uma transformação", destaca.

Em vez de cortá-los a cabeleireira optou por utilizar um tonalizante – que não leva amoníaco na fórmula, nem danifica os fios. Esse tratamento virou regra para Fernanda Brum, que usa o produto desde então. "Uso tonalizante da cor negro-azul e aparo as pontas uma vez por mês, faço hidratação sempre que posso, e evito o secador ao máximo."

No salão, ela vai sempre que tem tempo. "Viajo muito, já passei meses sem ir, mas quando tenho tempo vou uma vez por semana." Em casa, os cabelos tipo misto são lavados a cada dois dias. Ela usa o xampu Ceramidas R da L'oreal e, após a lavada, apli-

Hidratação, tonalizante e corte fazem parte da rotina de beleza

ca o produto Cristal Líquido da empresa italiana Alfa-Parf para proteger os fios. Fernanda dá uma dica: pentear os cabelos começando das pontas para a raiz, e usar pente de dentes largos para não arrebentar os cabelos.

Para Fernanda Brum, cuidar dos cabelos e da beleza é muito importante, mas não o principal. "A mulher tem que se tratar, mas se não tiver a beleza de Cristo, vai estar feia."

Papais elegantes

Dizem que para os homens é mais fácil se vestir, já que as opções são mais limitadas. Não é verdade. Na moda masculina, os detalhes é que fazem a diferença: uma meia fora do tom pode comprometer todo o visual! Use o Dia dos Pais como desculpa para ajudá-lo a ficar mais elegante.

Danielle Ferraz

Precupar-se em andar elegante não é "coisa de mulher". É muito menos " vaidade". Infelizmente, nossa sociedade não enxerga com os mesmos olhos de Deus, que vê o coração. Por isso, o modo como nos apresentamos se torna o nosso cartão-de-visitas.

E, como todo mundo sabe, um bom cartão de visitas ajuda a abrir muitas portas...

Adequar-se às situações e saber como se ves-

tir em cada uma delas é o segredo dos homens elegantes. Há ocasiões, como reuniões de negócios ou um casamento, por exemplo, que exigem um traje mais formal, ou seja: o uso de terno. Por outro lado, há momentos em que o terno, certamente, vai deixá-lo deslocado: você se imagina colocando uma gravata para ir a um churrasco ou para pegar um cineminha? Por isso, a palavra-chave é adequação: vestir-se tendo em mente a ocasião.

Os momentos de lazer costumam ser propícios a deslizes, mesmo dos elegantes mais experientes. Quem foi que disse que para se estar à vontade é preciso ficar de qualquer jeito? Mandamento número 1 do homem elegante: não usar roupas surradas e fazer combinações inusitadas em nome do "ficar à vontade". Uma camisa pólo e uma calça de sarja, ou até mesmo, uma camiseta combinada a uma calça jeans são opções de looks casuais perfeitos para os momentos de descontração. Vão deixá-lo confortável sem, porém, abrir mão de estar bem-vestido.

Quando se trata de elegância, os detalhes é que fazem a diferença.

Imagine dois homens usando terno pretos. Estão ambos corretos, não é mesmo? Não! A combinação dos acessórios é que vai tornar um deles o

bem-vestido e o outro. É preciso sempre cuidar dos sapatos, o cinto, até a meia e o restante da roupa. Lá vem a palavra-chave de moda: adequação. Adequar o estilo às cores dos acessórios com a roupa é fundamental para um vi-

Look esportivo: Dá para estar elegante mesmo de jeans. Basta seguir a sugestão e combinar a calça, da Mineral, com o tricô, Renner, e a jaqueta de tecido emborrachado, Yachtsman. Sapatos Democrata.

bem-sucedido.

Difícil? Não! Tal qual escovadentes, compor um look elegante na-se um hábito quando algumas regrinhas passam a ser incorporadas no dia-a-dia. Abaixo, uma seleção

Look moderno: Superconfortável, a calça com lycra, da VR, e uma novidade e compõe um visual descontraído com a camiseta de malha da Disritmia e os sapatênis da CNS.

Look terno: A gravata de musselina, da VR, moderniza o look clássico composto pelo terno marinho, também da VR, e camisa branca, da Renner. Para acompanhar, sapatos formais pretos, de amarrar, da CNS.

<p>Apaixonados por Jesus <u>Um sentimento puro e incontrolável encheu o coração do público presente na gravação do 6º CD do Ministério de Louvor Diante do Trono, o amor! Ler mais...</u></p> <p>12 de julho de 2003. Um dia inesquecível em São Paulo <u>A gravação do 6º CD “Quero me Apaixonar” foi um marco na história da maior cidade da América Latina. Ler mais...</u></p>	<p>Uma multidão apaixonada <u>O Campo de Marte foi pequeno para a multidão de adoradores que participou da gravação do 6º CD do Ministério de Louvor Diante do Trono. Os participantes sentiram que o Cd fez jus ao nome que traz. “Quero me apaixonar” foi a vontade que brotou no coração de cada um no início da ministração e a realidade nas vidas de todos ao final, quando saíram mais apaixonados ainda pelo Pai. Ler mais...</u></p>
--	--	--