

# Pesquisa em Debate

**CANÇÃO GOSPEL: INTERAÇÕES ENTRE RELIGIÃO, MÚSICA E CULTURA PÓS-MODERNA<sup>1</sup>**

**GOSPEL SONG: INTERACTIONS BETWEEN RELIGION, MUSIC AND POSTMODERN CULTURE**

**Joêzer de Souza Mendonça**

Mestrando em Musicologia no IA/Unesp

**Dorotéia Machado Kerr**

Professora livre-docente da Unesp

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no V Fórum de Debates – Perspectivas Interdisciplinares nas Artes e nas Humanidades da Universidade São Marcos, 2007.

### **Resumo**

Os sinais da pós-modernidade percebidos nas mais distintas áreas da sociedade, também se revelam no campo religioso. Por sua vez, se a moderna canção religiosa, a canção *gospel*, ainda permanece como grande divulgadora da mensagem religiosa tradicional, também tem se observado uma integração cada vez maior dessa canção não somente aos estilos musicais populares como também aos modelos de performance, aparência pessoal e estratégias de *marketing* consolidadas pela indústria musical popular. Este artigo pretende descrever os processos de interação entre as canções do neopentecostalismo e a cultura da pós-modernidade bem como verificar o impacto dos padrões da indústria cultural na expansão do estilo musical denominado *gospel*.

**Palavras-chave:** pós-modernidade, *gospel*, neopentecostalismo, indústria cultural.

### **Abstract**

The signals of post-modernity observed in the most different society areas, also appear in the religious field. Nevertheless, if the religious modern song, the gospel song, has been spreading a traditional religious message, one can also observe an ever-growing interaction of gospel music to the models of performance, personal look and marketing strategies of pop music industry. This paper discusses the process of interplay between the music of the New Pentecostalism and the post-modern culture, as well as verifies the impact of cultural industry in the spread of gospel style.

**Keywords:** post-modernity, gospel, New Pentecostalism, cultural industry.

## **Introdução**

A temática dessa pesquisa, desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Música do Instituto de Artes da UNESP - Mestrado, originou-se da observação do fenômeno religioso e musical conhecido como *gospel*. Esta pesquisa justifica-se pela sua proposta de questionar os rumos da música cristã a partir da interação das canções da cultura *gospel* com as formas de elaboração e divulgação musical da indústria cultural, e encontra sua relevância na procura de inserir a cultura musical protestante brasileira nos estudos musicológicos. O objetivo deste artigo é descrever alguns dos resultados desse estudo da relação da pós-modernidade com o sentido religioso verificado na canção *gospel*.

## **Cultura pós-moderna e contexto religioso**

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

Entre esses traços está a perda de credibilidade da universalidade das narrativas mestras, ou metanarrativas, entre essas, o progresso iluminista e a redenção cristã (Anderson, 1999, p. 39). A crítica pós-moderna às narrativas totalizantes pode também servir para identificar as pretensões do tradicionalismo e do etnicismo bem como “elaborar um pensamento mais aberto para abarcar as interações e as integrações entre os níveis, gêneros e formas da sensibilidade coletiva” (García Canclini, 2006, p. 28).

Outra característica que marca a pós-modernidade é a substituição da ênfase na totalidade e na unidade pelo primado do conhecimento local, do sincretismo e da diversidade (Featherstone, 1997, p. 69). As hierarquias simbólicas que encerravam juízos de valor foram dissolvidas, em maior ou menor grau, posto que sujeitas aos diferentes níveis de situação sócio-econômica, de participação e de assimilação das

pessoas em seus locais de atuação. Mas é inegável a presença de um discurso assertivo de valorização da diferenciação multicultural e das identidades culturais locais.

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

Desta forma, é possível verificar significativas interações do cenário cristão-evangélico com a cultura pós-moderna. Por exemplo, a crise dos relatos universalizantes e o predomínio da diversidade cultural causam impacto nas relações do indivíduo com o sagrado, tendo como conseqüência a perda da influência das religiões oficiais; e a autonomia conquistada pelo indivíduo favorece a escolha de opções marcadas pelo subjetivismo e pela aceitação de parte dos dogmas de uma religião institucionalizada e a rejeição de outra parte. Para Luckmann, o homem agora decide o que “fazer com seu tempo, seu lar, seu corpo e seus deuses” (apud Featherstone, 1995, p. 158).

Por outro lado, o universo religioso, ao apropriar-se das estratégias de *marketing* e gestão administrativa típicas da lógica do mercado secular, organizou seu público consumidor, o qual, segundo Campos, “determina tanto as formas de elaboração e de distribuição de bens religiosos, como a própria estrutura assumida pela instância produtora” (1997, p. 204). Assim, o cristianismo da pós-modernidade também se integra confortavelmente no mercado de consumo.

### **Cultura gospel, música e mercado**

A função social da música no cristianismo, além de servir como elo de comunicação entre os cristãos e Deus, procura também contribuir para a criação de emoção coletiva uniforme. A canção *gospel* moderna, elemento primordial das novas práticas litúrgicas ou de “adoração” e “louvor”, demonstra atender não somente às demandas espirituais e emocionais, como também às exigências do mercado. Segundo Cunha (2004, p. 240), o *gospel* pode ser descrito como um fenômeno cultural-religioso do mercado.

Assim, o gênero musical *gospel*, originariamente um tipo de canção religiosa de movimentos avivalistas norte-americanos do final do século XIX, abandona a esfera estritamente musical para designar uma cultura, a cultura *gospel*. Dentre as características da cultura *gospel* no Brasil apontadas por Cunha (ibidem, p.276), estão:

- a inserção do cristianismo na modernidade por meio da sacralização do consumo e da intervenção midiática;
- a sacralização de gêneros musicais populares brasileiros;
- o emprego de práticas pentecostais, como a externalização da emoção nas reuniões coletivas.

Um estudo das pesquisas feitas em torno do crescimento das igrejas pentecostais é de grande valia para uma melhor compreensão de uma abordagem quanto à interação da música do neopentecostalismo com a pós-modernidade<sup>1</sup>. O crescimento do pentecostalismo tem sido observado como fator preponderante na substituição dos métodos tradicionais de evangelização por meios modernos e tecnicamente eficazes de divulgação do evangelho. Em contraste com o culto do protestantismo histórico, identificado com a rigidez e a solenidade, o culto pentecostal caracteriza-se pela informalidade e pela liberdade às expressões emotivas, propiciando catarse individual e coletiva.

Para Campos, o pentecostalismo tem manifestado na sua liturgia uma grande proximidade entre religião e espetáculo, com pouca distinção “entre culto e teatro, espetáculo de auditório e manifestação sagrada, (...)” (1997, p. 68-9). Dessa forma, com sua acomodação ao mercado, o neopentecostalismo substitui a ética protestante de poupança por uma “*ética de consumo compulsório*” (ibidem, p. 176, grifo do autor).

Quanto à introdução de música popular brasileira nos *shows* evangélicos, esta pode ser entendida como uma adequação das igrejas ao pensamento pós-moderno no que tange à asserção da identidade local – musicalmente em conflito com a hinologia herdada da tradição européia – estimulada tanto por uma proposta de um nacionalismo-popular<sup>2</sup> tardio quanto pela exigência de afirmação das idiossincrasias musicais de fiéis e músicos.

A questão da emotividade e da liturgia festiva também pode ser relacionada ao contexto da pós-modernidade. Maffesoli nota uma ênfase contemporânea na emocionalidade e no cultivo de experiências sensoriais, as quais seriam um

reavivamento de práticas místicas pré-modernas (apud Featherstone, 1997, p.165). Portanto, a proposta da renovação da prática litúrgico-musical do cristianismo está ligada ao estímulo das emoções e menos centrada no conteúdo doutrinário da fé. Segundo Freddi Jr. (2002, p. 78), “a busca por uma religião mais intensa e sensorial está além da assimilação de novos elementos das práticas religiosas pós-modernas” revela um fortalecimento de elementos místicos já existentes nas tradições do cristianismo.

Por sua vez, Dorneles (2002, p. 142) considera que

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

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

### **A canção gospel no cristianismo contemporâneo**

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

No decorrer desse processo, é necessário empregar técnicas seculares de gestão empresarial na divulgação do seu elenco de cantores, valer-se da diversificação de gêneros musicais com vistas a angariar o gosto do público, relativizar as tradições cristãs quanto ao conceito de santidade na aparência física, no vestuário e nos costumes,

além de adotar a prosperidade pessoal, a guerra espiritual e o êxtase glossolálico (falar em línguas desconhecidas) como bandeiras de sua teologia (cf. Cunha, p. 282-308; Dorneles, p. 140-209).

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

O endereço eletrônico linksdejesus.com é um portal de indicação de *sites* de cunho cristão no qual se via, no lado direito da página, a propaganda do *site* dicasromanticas.com em que se notava a fotografia de um casal e os dizeres “receba todos os segredos da sedução em seu celular” em alternância com “esquente sua relação”<sup>4</sup> (com os usuais termos de valores financeiros e de cobrança).

É possível observar, portanto, que em conjunto com a informalidade na linguagem presente nas letras das canções, há uma adoção religiosa do modelo contemporâneo de estímulo ao consumo.

O notável crescimento do campo neopentecostal no Brasil está ligado aos traços da cultura *gospel* e sua visão teológica, mas também está aliada ao desenvolvimento da mídia evangélica no país. Esta mídia é a grande fomentadora de uma “teologia que enfatiza o valor superior do louvor e da adoração no culto” (Cunha, 2004, p. 117).

Como conseqüências desse processo, Cunha (ibidem, p. 117-8) cita a modernização tecnológica que acompanha o canto congregacional, a apresentação de danças ou expressões corporais na liturgia, a proeminência das rádios e de outras mídias (programas de clipes musicais, revistas) evangélicas e a divulgação dos artistas *gospel* nos moldes dos artistas da indústria da cultura pop.

A diversificação dos estilos é, mais que uma estratégia de mercado, um mandamento da contemporaneidade, que valoriza a identidade musical local, geralmente composta de gêneros antes considerados “impróprios” (para a liturgia) ou

“impuros” (que compreendem o popular-massivo, segundo García Canclini, citado em Cunha, p. 53), como o pagode, das bandas Tempero do Mundo e Radicais da Fé; o forró, das bandas Sete e Oxente; e axé-music, da banda Dominus.

Os estilos musicais internacionais ou supranacionais também são modelos para a canção *gospel*, como o pop/rock das bandas Oficina G3 (gravadora Gospel Records), Cathedral (Line Records) e Novo Som (MK Publicitá), além do rap e do hip-hop do DJ Alpiste, o funk do grupo Os Arrebatados, e o reggae de bandas como Primicia Roots e Raízes do Heloi.

A explosão da renovação litúrgico-musical está acompanhada, segundo Cunha (2004, p. 118), da configuração do espetáculo *gospel* em programa de lazer e da reserva de espaços para entretenimentos dançantes como a “balada *gospel*”.

Dentro de uma revisão bibliográfica inicial, o movimento de renovação musical parece enfatizar o papel da canção popular de massa como:

- fator de sacralização da cultura pop: “Estamos resgatando para Deus um veículo de comunicação [o rock] que há muito estava nas mãos do diabo” (Baggio, 1997, p. 50);
- fator de legitimação para o discurso da identidade nacional. Segundo Maraschin, “precisamos mostrar a sacralidade maravilhosa do violão, dos tambores, dos pandeiros. Experimentar a beleza do nosso samba, da nossa marcha-rancho, do nosso xaxado” (1996, p. 136);
- fator ideal para a busca do êxtase emocionalista e da catarse: “é que na adoração tudo é válido: lágrimas, suspiros, gritos, cânticos e até o riso”; “nós precisamos descarregar a energia emocional (...) para entrar na presença de Deus (Cornwall, 1995, pp. 101 e 264).

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

Após a análise dos resultados iniciais desse estudo, traçou-se um quadro do contexto musical evangélico e sua integração à cultura da pós-modernidade. Esse quadro possibilita uma perspectiva que contempla aspectos das macro-estruturas (religião, pós-modernismo, indústria cultural) relacionados a instâncias menores



(adoração, canção, marketing). As três colunas estão relacionadas, da esquerda para a direita, às áreas da religião, do contexto sociológico e do mercado global, respectivamente. Nos quadros superiores estão os tópicos relativos a características do pós-modernismo, e nos quadros intermediários as posturas do cristianismo na pós-modernidade. Por fim, nos quadros inferiores, estão relacionados reflexos centrais da interação da música gospel com a cultura pós-moderna.

Tabela 1. Interações entre religião, cultura pós-moderna e canção gospel

Crise e Rejeição das Tradições	Valorização da Diversidade e do Sincretismo	Hegemonia da Indústria Cultural
Novo conceito de santidade e estímulo ao emocionalismo	Descentralização religiosa e autonomia do adorador	Acomodação à lógica de mercado
<ul style="list-style-type: none"> <li>- aceitação de gêneros antes considerados “impróprios”;</li> <li>- busca do êxtase emocionalista e/ou glossolálico (ex.: Cassiane, Ministério Diante do Trono)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- estilos musicais de raiz nacional: samba, sertanejo, forró e axé-music</li> <li>- estilos musicais da cultura pop globalizada: rock, rap, funk, reggae</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ênfase no <i>marketing</i> dos artistas cristãos e na atração da juventude: linguagem informal, boates <i>gospel</i></li> <li>- imitação de modelos da indústria pop: <i>look</i> (visual do artista), prêmios tipo Grammy</li> </ul>

### Considerações finais

Desde as últimas décadas do século XX, a canção *gospel* tem desempenhado um papel fundamental na reconfiguração religiosa promovida no cristianismo, em que o protestantismo e o catolicismo tradicionais perdem espaço para as religiões de estilo pós-moderno imediatista e/ou midiático<sup>5</sup>. Como esse artigo procurou demonstrar, é notória a integração do moderno estilo *gospel* às estratégias de *marketing* da indústria da música popular, o que pode ser observado na informalidade presente nas performances do intérprete evangélico, em seu *look* pessoal (visual do artista), nos formatos de divulgação de artistas e produtos musicais e nas letras das canções e gêneros musicais empregados.

O quadro acima, estabelecido a partir dos primeiros resultados dessa pesquisa, permite traçar conexões entre a crise de uma tradição religiosa musical e a cultura pós-

moderna, que valoriza a diversidade cultural e concede maior autonomia ao indivíduo nas esferas social e religiosa. O quadro também possibilita a consideração de que os novos conceitos de adoração adotam como referência estilístico-musical os modelos de canção propagados pela indústria fonográfica secular. Esses parâmetros de adoração são reforçados por meio das modernas estratégias de mercado observadas nos aspectos comunicacionais (publicidade, sites) de bandas e gravadoras evangélicas.

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

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

No prolongamento desses estudos se poderá averiguar melhor a adequação da canção *gospel* às expressões estéticas de seu tempo, o que pode configurar uma historicidade. Os desdobramentos dessa pesquisa também levarão a uma análise dos gêneros musicais do *gospel* e seus diversos intérpretes, a fim de interpretar os novos parâmetros musicais do cristianismo na contemporaneidade.

## Notas

<sup>1</sup> O pentecostalismo, oriundo do protestantismo norte-americano, distingue-se deste especialmente por sua ênfase na glossolalia (o falar em línguas desconhecidas) e na cura. O neopentecostalismo caracteriza-se pelo enorme aumento de membros no final do século XX (de 1980 a 1991, os protestantes históricos cresceram 9,1 % contra 111,7% do crescimento pentecostal (Mariano apud Dorneles, 2002, p. 8). A pesquisa

Datafolha sobre a religião dos brasileiros revela que de 1996 a 2007, houve um declínio de católicos declarados de 74% para 64%, um ínfimo aumento de evangélicos não-pentecostais de 4% para 5%, e um crescimento de evangélicos pentecostais de 11% para 17% (Cariello, 2007, p. 2-3).

<sup>2</sup> Segundo Ortiz (1994, p. 162), a proposta do nacional-popular, de tradição ora folclorista ora mais politizada, é marcada pela busca da “autêntica” identidade nacional.

<sup>3</sup> <http://www.mkpublicita.com.br/ConsultaArtista?idArtista=32>.

<sup>4</sup> <http://www.linksdejesus.com/artigos.asp?ncateg=28>

<sup>5</sup> Cf Teixeira & Menezes, 2006, p. 69 – 110.

### Referências bibliográficas

ANDERSON, Perry. *As origens da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAGGIO, Sandro. *Revolução na música gospel*. São Paulo: Êxodus, 1997.

CAMPOS, Leonildo. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

CARIELLO, Rafael. As Igrejas do Brasil. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 6 maio 2007.

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

CARRANZA, Brenda. Católicos midiáticos. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

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

CUNHA, Magali. “*Vinho novo em odres velhos*”: *um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil*. São Paulo, 2004. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Artes e Comunicação, USP, 2004.

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

FEATHERSTONE, Mike. *O desmanche da cultura. Globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

- \_\_\_\_\_. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- FREDDI Jr, Sérgio. *Música cristã contemporânea: Renovação ou sobrevivência?* São Paulo: Editorial Press, 2002.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.
- JAMESON, Fredric. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: Kaplan, Ann (org.). *O mal-estar no pós-modernismo: teorias e práticas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- MARASCHIN, Jaci. *A beleza da santidade: ensaios de liturgia*. São Paulo: Aste, 1996.
- MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia de um novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999.
- MENDONÇA, Antonio G. *Evangélicos e pentecostais: um campo religioso em ebulição*. In: TEIXEIRA, F. & MENEZES, R. (org.). *As Religiões no Brasil: continuidades e rupturas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.
- ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. 5 ed. SP: Brasiliense, 1994.  
<http://www.mkpublicita.com.br/ConsultaArtista?idArtista=32>. Acesso em: 11 de maio 2007.
- <http://www.vidanova music.com>. Acesso em: 24 de maio 2007.