

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

EDSON ALENCAR SILVA

Quem toca a música do povo de Deus?
Um estudo sobre a música gravada por evangélicos no Brasil, anos 1970-90

Mestrado em Ciências Sociais

São Paulo
2012

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

EDSON ALENCAR SILVA

Quem toca a música do povo de Deus?
Um estudo sobre a música gravada por evangélicos no Brasil, anos 1970-90

Mestrado em Ciências Sociais

Dissertação apresentada à banca examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais, sob a orientação da Professora Doutora Maria Celeste Mira.

São Paulo
2012

Banca Examinadora:

À pequena STELLA, luz que sempre iluminará a minha vida.

AGRADECIMENTOS

À minha família sanguínea: minha mãe Maria Madalena, minhas irmãs, Maria do Socorro, Magda, Paula, Simone, Georgia e ao meu irmão Eduardo; minhas sobrinhas: Monique, Raissa, Rayane, Tainá, Victória, Mayara e Tayla; meus sobrinhos: Marcos e Cauã.

À minha família não sanguínea: meus sogros, Maria da Glória e José, aos cunhados, Adriano, Marcos, Rodrigo, Mateus, Djavan e Francisco; minhas cunhadas: Isabel, Márcia, Selma e Laís e aos sobrinhos que ganhei Tamiris, Emerson e Breno. Simplesmente a vida seria muito mais dura sem vocês.

À minha companheira de todas as horas, amante, amiga e professora que ao longo de 12 anos me ensina a conjugar o verbo amar.

À Frida por encher a minha vida de simplicidade e alegria.

A todos os amigos que fiz durante os anos de estudo e aos que ao longo dos anos vêm me acompanhando. Agradeço em especial ao Alexandre, Fernando, Ozias, João Paulo, Isaac, Márcio, André, Marcos, Rose e Aline. Obrigado pela força e amizade.

A todos os professores que passaram por minha vida. Cada um de vocês contribuiu grandemente para a minha formação acadêmica e pessoal.

Ao aos colegas e professores do NAU (Núcleo de Antropologia Urbana da USP) pela a amizade e críticas. Em especial à Jacqueline, Carlos, Teles e aos professores Sandra e José Guilherme Magnani.

Ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) pelo incentivo financeiro, fomento imprescindível para que pudesse prosseguir os meus estudos.

Às professoras Márcia Regina Tosta Dias, por quem tenho grande admiração e respeito e Eliane Hojaij Gouvêa que tive o prazer de conhecer pessoalmente durante a qualificação.

Agradeço a vocês principalmente pelas críticas e dicas importantes para o desenvolvimento do presente trabalho.

À minha orientadora, Maria Celeste Mira, pela amizade, profissionalismo, cuidado e dedicação com que me tratou durante esses anos de convívio. Serei eternamente grato pela enorme contribuição para o meu crescimento intelectual.

RESUMO

SILVA, Edson Alencar. **Quem toca a música do povo de Deus? Um estudo sobre a música gravada por evangélicos no Brasil, anos 1970-90.** São Paulo, 2012. 114p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

A presente dissertação propõe-se investigar o mercado de música evangélica no Brasil e sua relação com a indústria fonográfica, com vistas a entender o movimento ao qual se apresenta hoje a chamada música “Gospel”. O objetivo desta pesquisa centra-se, portanto, em entender os processos que possibilitaram emergir tal fenômeno no Brasil. Partimos da hipótese de que as bases deste mercado estejam estabelecidas na intersecção entre as ações religiosas, a saber, a propagação da “Palavra” e o proselitismo, aliado à dinâmica do desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil. O desenvolvimento do presente estudo apresenta de diversas maneiras a constatação dessa hipótese.

Palavras-chave: música, protestantismo, indústria fonográfica.

ABSTRACT

This present dissertation proposes to investigate the market of gospel music in Brazil and its relation to the music industry, in order to understand the movement which is today called the "Gospel" song. The objective of this research focuses, therefore, in the processes which became possible to emerge this phenomenon in Brazil. We start from the hypothesis that the basis of this market are established in the intersection between religious actions, known, as the spread of the "Word" and the proselytism, coupled to the dynamic of the development from Brazilian music industry. The development of the present study is in many ways the realization of this hypothesis

Keywords: music, protestantism, music industry.

SUMÁRIO

RESUMO	7
ABSTRACT	8
INTRODUÇÃO	11
Capítulo 1: Música e Protestantismo	17
1.1 MÚSICA E REFORMA: UMA BREVE PASSAGEM	19
1.2 ORIGENS DOS HINÁRIOS BRASILEIROS	22
1.3 NOVOS ATORES, NOVAS CANÇÕES: OS CORINHOS.....	27
1.4 DIVERGÊNCIAS E CONVERGÊNCIAS: AS DIFERENTES CONCEPÇÕES SOBRE A MÚSICA E SUA UTILIZAÇÃO ENTRE OS PROTESTANTES NÃO PENTECOSTAIS E PENTECOSTAIS.....	33
Capítulo 2: O mercado fonográfico evangélico brasileiro antes do Gospel.....	36
2.1 AS PRIMEIRAS GRAVAÇÕES DE MÚSICA EVANGÉLICA NO PAÍS	37
2.2 EMPREENDEDORISMO PARA FÉ: GRAVAÇÕES EVANGÉLICAS NOS ANOS DE 1960 E 1970.....	42
2.3 OS PRIMEIROS CANTORES SOLO: UM MODELO POPULAR DE SUCESSO.....	51
2.4 A JUVENTUDE NÃO PENTECOSTAL E OS PENTECOSTAIS: CONTRIBUIÇÕES PARA PRODUÇÕES FONOGRAFICAS DAS NOVAS GERAÇÕES	55
2.5 TRANSIÇÃO: PRODUÇÕES EVANGÉLICAS E O CENÁRIO DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA DOS ANOS DE 1980	62
2.6 UM MERCADO EM EXPANSÃO: DESAFIOS PARA DIVULGAÇÃO DOS DISCOS EVANGÉLICOS.....	68
Capítulo 3: O Movimento Gospel e o mercado de música evangélica no Brasil durante os anos 1990	71
3.1 GOSPEL: UMA ESTRATÉGIA DE <i>MARKETING</i>	73

3.2 O LUGAR DAS GRAVAÇÕES EVANGÉLICAS NA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA BRASILEIRA	84
3.3 MEIOS DE DIFUSÃO E VENDAS	91
3.4 O PADRE E O BISPO: OS GRANDES VENDEDORES OFICIAIS	95
3.5 AS VENDAS NÃO OFICIAIS.....	98
3.6 O SEGMENTO DAS GRAVAÇÕES EVANGÉLICAS NO PAÍS	101
Considerações finais.....	106
Referências.....	109

INTRODUÇÃO

Apontar que o número de evangélicos vem crescendo a cada ano no país não constitui mais nenhuma novidade. O assunto está na boca do povo, seja nos meios acadêmicos ou em qualquer roda de conversa, mas ainda assim demanda esforços cada vez maiores de cientistas sociais e outros interessados para entender essa dinâmica.

Nos últimos anos, além dos dados disponibilizados pelo IBGE, que constata o crescimento numérico, pesquisas, principalmente nas áreas de antropologia, sociologia, história, ciências da religião e comunicação social atestam que os números contam apenas uma parte da história, pois a realidade ultrapassa questões demográficas e se instala no plano das trocas simbólicas e suas nuances no espaço social brasileiro. Falar de trocas simbólicas, portanto, diz respeito primeiramente em verificar como essas novas “colorações” atuam dentro do campo religioso brasileiro e quais são suas representações para o conjunto da sociedade. O que esses estudos demonstram, de maneira geral, é que há uma cultura evangélica que vem se desenvolvendo desde a metade do século XX no Brasil e que ano após ano marca a presença nos diversos *media*. Nesse contexto a música ocupa um papel privilegiado por ela mesma ser um desses mediadores, profundamente marcada pelas mensagens evangelísticas, mas ainda assim mantendo um forte diálogo com as novas tendências e tecnologias da indústria cultural.

A necessidade de propor o presente trabalho, portanto, reside na preocupação gerada por essa demanda, no entanto, a curiosidade inicial surgiu a partir do relato de experiências de conversão a religiões evangélicas neopentecostais - como Bola de Neve e Crash Church - de amigos próximos. A música, invariavelmente, estava sempre envolvida no processo de conversão dessas pessoas, fosse de maneira pedagógica ou no papel de introdução à conversão. Ao conversar sobre os seus processos de conversão, eles relataram que a aproximação ocorreu motivada pelo fato dessas igrejas serem flexíveis e até incentivarem o seu estilo de vida anterior e ainda mais: tocavam os “sons” o qual se identificavam (*rock* e outros subgêneros como o *heavy metal* e o *hardcore*). Isso foi o que acendeu a vontade de conhecer de perto o fenômeno da música “Gospel”, o que culminou em um trabalho de conclusão de curso defendido pela FESPSP no ano de 2007, sob a orientação de Márcia Regina Tosta Dias, em que, a partir desse primeiro mote, pude observar que a existiam muito mais a se explorar sobre o crescimento da música evangélica no Brasil.

Os principais pontos levantados à época foram que 1- o mercado era dominado por poucas gravadoras de grande porte e muitas gravadoras e selos de pequeno porte; 2- a maioria

delas estava ligada de alguma maneira às denominações evangélicas neopentecostais. Com a primeira explanação surgiram outras questões as quais constituíram as bases do projeto de pesquisa de mestrado.

Dessa maneira, foram separadas em um grupo três questões principais sobre o mercado de música evangélica no Brasil. A primeira questão diz respeito a entender que tipo de música veio sendo elaborada por evangélicos no país – isso implica pensar a música além dos aspectos rítmicos. A segunda questão centra-se em saber como foram sendo produzidos e distribuídos e vendidos os fonogramas produzidos por evangélicos no Brasil ao longo dos anos. E a última questão mira, justamente, como e onde se localiza as produções fonográficas elaboradas por e para evangélicos na indústria fonográfica brasileira. Foi nesse conjunto de questões que a pesquisa se orientou. A hipótese no qual o presente trabalho se apoia é que **produções fonográficas se estabelecem na intersecção entre as ações religiosas, a saber, a propagação da “Palavra” e o proselitismo, aliado à dinâmica do desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil, ou seja, respondem a dinâmica da relação entre religião e sociedade.**

Na busca por entender o presente objeto buscou-se inicialmente estabelecer uma pesquisa bibliográfica, centrada na coleta de trabalhos acadêmicos que compreendessem a questão de maneira adequada. A primeira constatação foi que quase não existem trabalhos sobre o tema aqui abordado. Foi necessário transpor barreiras disciplinares para que se chegasse a compor uma bibliografia voltada para a temática da cultura multimídia evangélica. Nessa trilha foram encontrados trabalhos interessantes sobre a cultura evangélica contemporânea.

Nos trabalhos de Carlos Tadeu Siepierski (2001) e Magali do Nascimento Cunha (2004) encontrei duas concepções diferentes, mas não divergentes do que pode caracterizar o fenômeno do Gospel no Brasil: se no trabalho de Siepierski o Gospel é pensado como um “jeito de ser”, em Cunha aparece como uma cultura *híbrida* que une o velho e o novo em uma mistura que resulta em um produto que não se reduz a soma dos dois fatores, mas sim uma nova concepção do plano religioso. No entanto, os autores concordam que, para além da música, o Gospel¹ constitui-se em uma cultura proveniente e desenvolvida pelas novas demandas religiosas tão bem representadas pelos grupos pentecostais e neopentecostais.

Essa cultura por sua vez, como aponta Bellotti (2010), é uma cultura que não surge somente com o avanço neopentecostal. Em seu estudo a autora aponta que houve um

¹ Desde já esta grafia será utilizada para referir a estratégia de marketing que ampliou a visibilidade da cultura evangélica no Brasil.

movimento progressivo de uso das mídias para divulgação de mensagens evangelísticas que, além dos fins proselitistas procurava, ao mesmo tempo, conceber e produzir produtos para o público evangélico. Toda essa gama de produtos partiu dos demais grupos evangélicos fixados no país a partir dos anos de 1950. Esse movimento de busca por projeção levou muitos grupos evangélicos a comprarem espaços em rádios e elaborar estratégias de *marketing* de uso direto dos meios de comunicação de massa para atingirem os seus objetivos. Isso posto, foi-se emergindo ao longo dos anos certa identidade evangélica entre os evangélicos no Brasil, que por seu turno foi responsável pelo contexto do atual momento vivido pelo cenário evangélico no país.

Não obstante, a partir das ideias de Bellotti (2010) foi possível entender que esse fenômeno surgiu como fruto do entrecruzamento de dois movimentos desencadeados no espaço social brasileiro a partir da metade do século XX: o primeiro diz respeito ao “acirramento da competição religiosa no Brasil” e o segundo relativo ao processo de “modernização dos meios de comunicação no país”. É dentro desse contexto de uso das mídias e da disputa por espaço no campo religioso brasileiro, que começo a delimitar o meu problema de pesquisa.

Junto a esse material bibliográfico foi agregado trabalhos sobre a indústria fonográfica basicamente os de Márcia Tosta Dias (2000) e Eduardo Vicente (2001). Esses autores desenvolveram estudos sobre a indústria fonográfica brasileira e compõem a bibliografia obrigatória para quem busca se debruçar sobre o assunto. Além do mais, os seus textos trazem leituras interessantes sobre os desdobramentos engendrados pela indústria cultural no Brasil.

No livro “Os donos da Voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura”, Dias traça uma análise sobre a indústria fonográfica brasileira, apontando que esse ramo industrial é um fenômeno recente. Já Eduardo Vicente, além de concordar com a dinâmica apontada por Dias, acrescenta um olhar crítico sobre as produções e o processo de segmentação da música e dos discos produzidos no Brasil durante as décadas de 1980 e 1990. Com isso, o autor nos revela todas as nuances da produção e atuação da indústria de discos no país.

Mas como localizar as produções evangélicas dentro desse quadro? Antes de qualquer coisa foi preciso entender que a música produzida e comercializada ao longo dos anos por evangélicos é muito parecida ritmicamente com muitas das canções produzidas pelo seguimento popular surgido na conjuntura apontada pelos autores, porém é necessário atentar que essa semelhança se dá apenas em sua aparência melódica sendo que só é possível perceber a diferença por meio do conteúdo das letras, essencialmente de cunho cristão. Mas

não é só isso. Em termos gerais, a música para os evangélicos tem um sentido sagrado, age como mediação entre o indivíduo ao divino. Ela tanto pode ser utilizada para a evangelização como para auxiliar a sociabilidade coletiva de um culto. Por outro lado, como aponta Paul Freston (1993) a ideia de propagação da “Palavra” e evangelização sempre foram muito fortes dentro do meio evangélico, com raras exceções os grupos evangélicos nunca foram aversos ao uso de mídias para dar vazão às suas crenças. Além disso, a crença de que a sociedade está mergulhada em um caos moral, provavelmente motivou a prática de se produzir produtos moralmente corretos à sociedade (Bellotti, 2010).

Isso pode ser acompanhado pelo fato de ao longo dos anos os fonogramas produzidos terem buscado sempre estar atentos ao que era produzido pela cultura popular de massa. Se por um lado foram beneficiados diretamente pelas tecnologias de mercado, por outro, as aproximações feitas com os meios seculares obedeceram a lógica de proteger o seu núcleo teológico (CUNHA, 2004). Esse novo discurso perpassa o campo das trocas simbólicas mediadas por um aparato de comunicação maior em que as músicas evangélicas gravadas nos moldes da indústria cultural são uma forte expressão de um modo de ser e agir próprio evangélico (SIEPIERSKI, 2001) que se adequa aos novos tempos de maneira interessante, justamente porque consegue absorver e resignificar os conteúdos ditos “mundanos”.

O Gospel é produto direto dessa nova lógica eclesial, a saber, a pentecostalização do campo religioso brasileiro, a partir do avanço da *Teologia da Prosperidade e Guerra Espiritual* (MARIANO, 2005), que com sua maneira de ser e agir é a grande responsável por dar visibilidade e contornos mais palatáveis às produções fonográficas evangélicas. Como movimento se apoiou na música que passou a gozar de um estatuto de catalisadora de uma identidade evangélica. Assim, iniciado pela Igreja Renascer em Cristo foi desencadeado um processo de resignificação de elementos ditos “profanos” para o que já vinha ocorrendo, porém de maneira gradual. É com essa abertura que empresas evangélicas do ramo da música com fins comerciais e religiosos foram se estabelecendo enquanto mercado voltado para dentro e para fora de seu campo de ação.

A principal novidade trazida pelo advento do Gospel foi, portanto, dar uma maior ênfase no comércio de fonogramas evangélicos por meio de estratégias de *marketing* agressivas junto aos novos contingentes de neófitos e angariando para si mais e mais atenção e destaque. Além das lojas especializadas em vendas de discos - evangélicas ou não – esse produto foi ganhando espaço também em supermercados, livrarias ou loja de conveniência. Verifica-se que o atual cenário musical evangélico não é um sistema fechado relegado a um

só ritmo específico sendo composto por uma variedade de ritmos distintos entre si, mas com a mesma finalidade: a adaptação aos moldes das igrejas para atingir um público-alvo específico.

Outro aspecto que chama atenção foi a grande quantidade de gravadoras de médio e, principalmente, pequeno porte², que com o advento das novas tecnologias facilitando todas as etapas da produção, o lançamento de um CD ou DVD no mercado foram beneficiadas (DIAS, 2000) fazendo com que houvesse uma enorme variedade de produtos, com qualidade de ponta ou não, mas ainda assim consumidos de acordo com a proposta vinculada à igreja ou do artista responsável pela execução musical da mídia³.

Devido ao tamanho do objeto de pesquisa, a cidade de São Paulo foi focalizada como espaço geográfico elementar e a atuação de três gravadoras paulistanas, que geraram uma boa noção do que acontece no resto do país. São elas a Bom Pastor, GEDA (Gravadora Evangélica Deus é Amor) e Gospel Records. Somando-se as suas trajetórias, elas contam muito sobre o processo de constituição do campo de gravações, produções e distribuições de fonogramas no país. Além disso, fixei o recorte temporal entre as décadas de 1970 e 1990, por ser um período de ascendência e transição de lógicas que se cruzam, tanto no campo da indústria fonográfica quanto no plano religioso no espaço social brasileiro.

Para o encontro e coleta de informações - além da bibliografia apontada anteriormente - foram estabelecidos alguns critérios: na internet foi feita uma espécie de “webetnografia”, aliando assim uma coleta de textos, mensagens, imagens, músicas e impressões de evangélicos sobre a produção de música cristã dispostas na rede. Foram estabelecidas algumas visitas a pontos de vendas como a Rua Conde de Sarzedas⁴, no bairro do Glicério, em São Paulo, e alguns outros dispersos em algumas igrejas como a Igreja Internacional da Graça, Renascer em Cristo, Igreja Deus é Amor, Assembléia de Deus em busca de informações que pudessem trazer informações sobre o funcionamento das gravadoras. Nessas incursões pude conversar com fiéis/consumidores, grupos de louvor e adoração, músicos e pessoas ligadas à

² Como critério utilizado para esta classificação, utilizamos como método a análise do *cast* de artistas destas empresas; primeiro buscamos pelos mais conhecidos e depois pelo número de cantores, cantoras ou bandas lançados e/ou produzidos por cada gravadora.

³ Em uma de nossas visitas a Rua Conde de Sarzedas no centro velho da cidade de São Paulo tive a possibilidade de visualizar a quantidade de produções exposta à venda. Há muitas muitas lojas e duas galerias com diversidade de pequenas lojas, cada uma apresentando uma infinidade de produtos, às vezes iguais aos de seus concorrentes. As lojas especializadas em vendas de CD's e DVD's, além de exibir visualmente os seus produtos executam as músicas em grande volume de som, em aparelhos de som e vídeo.

⁴ A Rua Conde de Sarzedas é um dos maiores pontos de vendas de produtos evangélicos do país, assim como algumas outras ruas de comércio popular toda a sua extensão é tomada por lojas e camelôs que disputam espaço e clientes.

produção musical. Além disso, por diversas vezes buscou-se entrevistar pessoas ligadas diretamente às gravadoras evangélicas escolhidas, não tendo sucesso. Porém, foi possível coletar informações com consumidores e vendedores de lojas especializadas que boas dicas indicaram. O único proprietário de gravadora que aceitou dar informações – depois de muita insistência e remarcações de horário - foi o Sr. Elias de Carvalho, proprietário da gravadora Bompastor, a quem agradecemos muito.

Nesse sentido o **primeiro capítulo** trata do uso da música como estratégia proselitista desde os primórdios do protestantismo no país. O objetivo é verificar como os hinários – os primeiros difusores de música evangélica - e posteriormente os corinhos conseguiram criar um modo de produzir e elaborar canções evangélicas no Brasil que reverberaram ao longo dos anos. Além disso, apresentam-se argumentos das diferentes concepções sobre o papel da música dentro do campo evangélico.

No **segundo capítulo** discorre sobre a produção de fonogramas evangélicos no país até o final da década de 1980 com vista a verificar como foram produzidos os fonogramas evangélicos no país e qual a sua relação com a produção de música popular antes do fenômeno Gospel. São apresentados dados a respeito de como, na medida em que foram crescendo o número de fiéis, aumentou consecutivamente a venda de disco com conteúdo evangélico.

Finalmente, no **terceiro capítulo**, partindo de dados coletados na cidade de São Paulo, tem como objetivo principal discutir como o chamado “Movimento Gospel” contribuiu para a consolidação do mercado de música evangélica no país. Serão tratados assuntos referentes a números de vendas e distribuição de produtos e por último será apresentado um balanço da década para o mercado de música evangélica no Brasil.

Capítulo 1: Música e Protestantismo

A junção da arte com a fé são ancestrais, a História, a Antropologia e a Sociologia vêm a todo o momento nos mostrar que a música como elemento sacro, há muito, marca presença em grande parte das cerimônias religiosas ao redor do mundo, estando tão enraizada nas religiões que talvez sejam raros os casos da sua não utilização. É ela que muitas vezes faz a ligação entre o mundo dos vivos e dos mortos, dos deuses com os humanos, que rende homenagens, faz preces e pedidos às divindades.

Nesse sentido, podemos dizer que o advento da arte é inerente ao processo de manifestação religiosa, sendo ela utilizada largamente. Porém, essa relação guarda as suas tensões, pois nela a música atua em uma chave de submissão à religião não agindo de maneira desprendida.

De acordo com Max Weber, é somente no ocidente que a música se desenvolve racionalmente por meio da técnica que a sublima de modo contundente, relegando para si um lugar concorrencial com a religião, justamente, por poder ocupar o seu lugar. Desse modo, o conteúdo difundido pela arte aparece, para a religião, como errôneo e blasfematório.

Na realidade empírica, histórica, essa afinidade psicológica entre a arte e a religião levou a alianças sempre renovadas, bastante significativas para a evolução da arte. A grande maioria das religiões participaram, de alguma forma, dessas alianças. Quanto mais desejavam ser religiões universalistas de massa, e assim se voltavam para a propaganda emocional e os apelos de massa, tanto mais sistemáticas eram as suas alianças com a arte. Mas todas as religiões virtuosas autênticas continuaram muito tímidas frente à arte, em consequência da estrutura interior da contradição entre a religião e a arte. Isso ocorre na religiosidade virtuosa em sua manifestação ascética ativa, bem como em sua manifestação mística. Quanto mais a religião ressaltou a supramundandade de seu Deus, ou a ultramundandade da salvação, tanto mais duramente rejeitada foi a arte (WEBER, 1982, p. 392-3).

Para o autor, as tensões que emergem dessa *relação social*, entre arte e religião, estão ligadas à natureza da legalidade interna de cada esfera, o que se acentuou com o processo de racionalização em que, ao separá-las, colocou-as em relativa oposição.

Na introdução da edição brasileira do livro “Os fundamentos racionais e sociológicos da música”, de Max Weber (1995), Leopoldo Waizbort aponta para esse elemento essencial do texto de Weber, que é justamente o tema do *Racionalismo do Ocidente*, elemento este que permeia toda a obra do autor. Para Weber, a racionalidade enquanto processo atua dentro da sociedade ocidental de maneira tal a separar as *esferas da existência*, em que cada uma age a

partir de sua legalidade interna, ao passo que, partilhando de códigos próprios, interagem com as outras esferas de forma conflituosa.

A religião, assim como a arte, é uma dessas esferas, e por seu caráter de desvalorização do mundo constituiu para si um processo de racionalização distinto das outras esferas. Na medida em que o processo de racionalização se acirrou houve um rompimento entre elas.

Max Weber pontua dois momentos distintos, que podemos *grosso modo* caracterizar como o da “ingenuidade original” e o do “intelectualismo”. No primeiro, as relações entre arte e religião podem perfeitamente se encaixar, desde que a arte se mantenha em seu devido lugar de acessório à religião, contribuindo para embelezá-la e, principalmente, reiterando os valores religiosos como diz Weber, desde que ela não esteja presa à forma, mas somente ao conteúdo. Com o processo de racionalização e a conseqüente autonomização da arte, esta passa a possuir valores próprios, que acabam por competir com os valores da religião, pois sua legalidade própria a desatreia do religioso (WAIZBORT, 1995, p. 31).

A partir dessa ideia – a relação entre arte e religião – nos aproximamos mais do presente objeto de estudo. De fato, se pensarmos no papel da arte no cristianismo, esta ocupa um patamar de submissão à religião desde o início, postando-se a seu serviço por meio da arquitetura, da escultura, da pintura, da música. São inúmeras as contribuições artísticas que nos possibilitam constatar essa relação, mas são também famosos os casos de tensões entre a igreja católica e artistas como Michelangelo (1475-1564) ⁵.

No caso específico do protestantismo, podemos apontar que a arte é um pouco menos valorizada enquanto expressão relativamente autônoma. No entanto, a música ocupa posição de destaque, pois assume dentro desse contexto não uma ameaça, mas sim a própria capacidade de reificação dos preceitos religiosos. Dessa maneira, a produção sonora destaca-se como principal bastião da expressão artística nesse cenário, justamente por sua capacidade de utilização dentro do culto. O papel da música no culto protestante é central, na medida em que busca estabelecer o fundo emocional para o pregador. Mesmo no caso do calvinismo – que buscou metrificar e racionalizar ao máximo o uso da música -, o seu papel subalterno, deve ser relativizado, justamente por ser ela mesma considerada como proveniente do divino (SANTOS, 2002).

Assim, a música no plano protestante foi submetida e transformada em uma ferramenta litúrgica responsável, por dar o tom dramático e emocional para que a fala do

⁵ Michelangelo nasceu e viveu no atual território da Itália e foi um dos principais nomes do período Renascentista (séc. XV). Uma das principais obras foi a pintura da Capela Sistina, encomendada pelo Papa Júlio II, obra essa que envolveu grande polêmica entre o artista e o pontífice.

pregador¹ e suas orações chegassem com mais ênfase aos corações dos fiéis. Além disso, podemos atribuir outras funções como homenagem a Deus, agradecimento, entrega, reconhecimento ou a manifestação de ligação individual ou grupal com o divino. Podemos ainda destacar outra importante função para ela no plano protestante: atuar nas frentes proselitistas, o que nos leva a falar sobre a maneira como esta veio sendo apropriada pelos grupos protestantes ao longo dos anos. Fica explícita a intenção “utilitarista” de uso da música por parte do protestantismo, mas que não pode ser reduzida a ideia de uma música presa dentro de sua própria esfera. Em outras palavras, só faz sentido percebê-la dentro do conjunto de relações estabelecidas entre os fiéis e a sua fé, seja exercida individual ou coletivamente.

Este capítulo tratará de como essas ideias tendem a se confirmar dentro da dinâmica protestante ao longo dos anos e posteriormente no Brasil. Com o olhar mirado para essa direção será verificado, de maneira pontuada, como esse movimento se desenrolou na história dentro do cenário brasileiro. Nesse sentido, o principal objetivo deste capítulo é apontar como se desenvolveram os primeiros modelos de divulgação de música evangélica no país. Para tanto serão apresentadas informações acerca do conceito de hinário e sua respectiva introdução no país, assim como a sua importância como base musical para a escolha das primeiras canções gravadas em território brasileiro. Feito isso, será tratada a questão da contribuição dos grupos para eclesiais e pentecostais de “segunda onda” para as mudanças culturais dentro do campo evangélico brasileiro a partir do advento dos “corinhos”.

1.1 Música e Reforma: uma breve passagem

De acordo com Jouberto Heringer Silva (2002, p.7-10), durante a Idade Média a música cantada nas igrejas era produzida e executada por monges sem a participação dos demais fiéis. Esses cantos eram entoados em latim e possuíam um andamento melódico de difícil assimilação por parte do público leigo⁶. Porém, com o corte promovido pela Reforma Protestante a partir de Martinho Lutero (1483-1546) e João Calvino (1509-1564), essa música passou a se aproximar mais das pessoas possibilitando aos fiéis participarem da execução musical. Entretanto, a bem da verdade, tanto Lutero quanto Calvino partilhavam de concepções diferentes referentes ao uso da música na liturgia, as quais apontavam as suas

⁶ A título de exemplo são os cantos gregorianos, muito utilizados e difundidos ainda hoje no catolicismo por ordens monásticas como os beneditinos.

diferenças teológicas.

Segundo o autor, Lutero preocupou-se em unir o repertório sacro a ritmos profanos – o que foi amplamente feito por outros grupos, como veremos adiante – com vistas a aproximar a fé protestante dos fiéis, atraindo-os com melodias já conhecidas, facilitando a sua adequação. Já Calvino buscou metrificar conteúdos e Salmos da Bíblia, com a finalidade de ajustar as canções litúrgicas aos textos canônicos.

Verificam-se aqui dois modos distintos de utilização da música que marca de maneira interessante a postura mantida de cada um – enquanto Lutero age com fins proselitistas adequando o ritmo profano ao conteúdo sacro de maneira mais conformadora, Calvino racionaliza o conteúdo bíblico dos Salmos e algumas outras passagens, como os dez mandamentos, qualificando-os em um ritmo metrificado e harmonizado criando, com isso, um repertório fixo e pronto para ser utilizado (SILVA, 2002, p. 3). Esse repertório – difícil de ser contestado por estar baseado, justamente, nos textos considerados sagrados – serviu ainda para reafirmar uma posição de negação à igreja católica, seus símbolos e com toda a sua mística. Mas não é só por isso que os calvinistas aboliram a utilização de qualquer elemento que gerasse a ideia de associação ou vínculo com a ordem anterior. Como avalia Weber (2004, p.103): “No primeiro caso, sua vida religiosa tende para a cultura mística do sentimento; no segundo, para a *ação* ascética”.

O movimento que acompanha essas visões teológicas conflitantes, em relação ao plano litúrgico e a música, é interessante, visto que praticamente todo o repertório desenvolvido posteriormente esteve vinculado a essas duas propostas de utilização musical. Segundo Silva (ibidem, 2002 p. 4) a partir dos séculos XVII-XVIII, toda uma concepção de música sacra reordenada pelos reformadores tendia para uma racionalização: se em Lutero ela assumiu um papel de ligação emocional, em Calvino e seus herdeiros essa música se desenvolveu tendo em vista a facilitação da difusão da mensagem religiosa. Não é por acaso, como salienta o autor, que no processo litúrgico a execução de canções é bem limitada, ao passo que no plano luterano ela perpassa várias etapas do culto, reforçando a ideia de mistério dentro deste. A intenção aqui notada era tão somente não dar motivo para que a atenção voltada a Deus se desviasse e a música – no entender desse reformador e seus seguidores – continha em si esse poder. Era o rumo da racionalidade, portanto, que a música deveria buscar.

Foi assim que se processou a rejeição do órgão e a música artística no século XVI no seio da igreja reformada – com exceção do luteranismo e do anglicanismo, de maneira mais

restrita –, dificultando com isso qualquer diletantismo por parte dos membros dessas igrejas.

Não obstante, o processo de racionalização do culto protestante pôs em marcha muitas lutas dentro do cenário dos séculos XVII e XVIII. Essas lutas se deram sempre na busca de manter uma unidade litúrgica que regulamentasse os ritos. Vieram a lume muitas propostas e tratados, na maioria das vezes, apontando para a condenação das festividades, cerimônias, símbolos ou quaisquer gestos associados a um distanciamento das escrituras. Muitos foram os debates que transcorreram ao longo dos anos em meio a um cenário de disputas, não só no campo religioso, mas também no campo da política entre as várias correntes protestantes da época, quais sejam: o puritanismo-calvinismo, o anglicanismo e o luteranismo, vencendo, pois, a corrente puritana. (DOLGHIE, 2008)

Ao final desse período e com o luteranismo enfraquecido pelo avanço pietista, houve um deslocamento da centralidade do culto da eucaristia para a pregação da “Palavra” (ibid, 2007). Segundo a autora, com um caráter cada vez mais voltado para uma postura racional do culto protestante, a música ocupou um papel limitado, estando presente apenas em certos momentos do culto que se tornou cada vez mais simples e racional e, com isso, pouco atrativo, o que tendeu a um crescente abandono da vida eclesial da membresia das igrejas do ramo reformado.

Nesse contexto, revela Dolghie (2007), como uma proposta de avivamento dentro do calvinismo-pietismo, surgiu o metodismo. Em princípio, essa era a proposta de John Wesley (1703-1791), que visava difundir que a fé na salvação poderia ser alcançada por meio de uma vida voltada à disciplina e devoção, acionada por uma aceitação individual, pautada em uma religiosidade sentimental. Como aponta Weber (2004, p. 127):

E de fato, uma vez que o metodismo se pautou desde o início pela missão entre as massas, nele a sentimentalidade – e nisto John Wesley teve influências hertutuluteranas – assumiu forte caráter *emocional*, especialmente em solo americano. (...) Ora, essa religiosidade emocional, não sem poucas dificuldades internas, acabou por estabelecer um vínculo [peculiar] com a ética [ascética] de uma vez por todas marcada com o selo *racional* do puritanismo. (grifos do autor)

Dessa maneira, a liturgia passou a ser utilizada acomodando melhor o público, de modo que cada um pudesse experimentar individualmente a sua experiência de conversão. O caráter emocional da proposta metodista, como salienta a citação acima, ganhou espaço justamente por unir de maneira eficaz uma religiosidade emocional com o “selo *racional* do puritanismo. Fica claro, portanto, que a experiência religiosa, nesse caso, deveria pautar-se por aspectos “controláveis” (dados pela racionalidade ascética) e emocionais (dados pela

ligação mágica entre o fiel e o divino).

Não por acaso, a música se manteve como uma das principais preocupações de Wesley que, além de introduzir hinos de origem luterana, escreveu diversos outros junto ao seu irmão Charles Wesley (1707-1788). Cerca de 6.500 hinos foram compostos por eles, sendo absorvidos por outras denominações protestantes e traduzidos até para o português (REYLE, 2005).

No geral, segundo Reyle (2005), desde os primeiros reformadores até Wesley, restaram apenas hinários compostos para acompanhamento litúrgico, os quais foram desenvolvidos pelos ramos do protestantismo europeu e norte-americano cada um a seu modo, e os acompanha até hoje. Uns voltados para a canção nos moldes mais intelectualistas – caso das igrejas calvinistas-pietistas –, outras com forte apelo missionário – metodistas, presbiterianos e batistas –, com traços mais didáticos, que, no entanto, se mesclaram entre si constituindo com isso um repositório de fé e de vivências, de lutas e de conquistas. É justamente um pouco desse repertório musical que veio a ser introduzido no Brasil por meio das missões protestantes a partir da segunda metade do século XIX.

1.2 Origens dos hinários brasileiros

De influência metodista e pietista, o conceito de hinário foi introduzido no Brasil pelos protestantismos de missão a partir de meados do século XIX, sendo posto a atuar como ferramenta pedagógica e evangelizadora. Os hinários constituíram-se no primeiro formato de difusão desse tipo de música no país, convivendo ao longo dos anos com o consagrado fonograma.

Segundo Luis de Souza Cardoso (S/D), os protestantismos de missão que aqui se instalaram eram em sua maioria oriundos dos Estados Unidos da América, adentraram e fixaram-se no país com um projeto evangelizador, expansionista e civilizador. Para o autor, essas missões partilhavam de um sentido civilizador – do modo como concebe Nobert Elias (1994) – baseado na ideologia do Destino Manifesto⁷. E nisso residiam todos os seus esforços. O binômio “evangelizar” e “educar” foram concebidos, segundo o autor, como

⁷ De acordo com Antônio Mendonça (1995), *Destino Manifesto* é a crença que partilhavam os protestantes americanos de que eles eram o povo escolhido por Deus para dominar o mundo e propagar a sua glória aos outros povos. Grande parte da população norte-americana do final do século XVIII e por todo o século XIX estava convencida de que liderava uma força cristianizadora irresistível e que tinha como missão principal retirar do atraso e do engano as outras nações do planeta, diga-se de passagem, as que estavam sob sua influência direta.

principal estratégia missionária. Nesse sentido, a música aparece ocupando um papel de destaque, pois compreendia bem os objetivos das missões.

A eficácia na utilização de canções como método de evangelização⁸, de acordo com Antônio Gouveia Mendonça (1995) durante o período de inserção protestante no país, reside no fato de que estas abarcavam a todos os tipos de fiéis, desde os letrados (sendo estes a menor parte) e os não letrados (a maior parte). Vale lembrar que durante esse período a população brasileira alfabetizada girava em torno de não mais que 20% da população total do país, chegando a uma melhoria do quadro apenas nos anos de 1940 (FERRARO, 2002, p. 21-47)⁹.

Mesmo tendo em mente que a palavra escrita é preponderante no protestantismo, não podemos perder de vista que, para aqueles que não sabiam ler, a nova teologia poderia ser aprendida e decorada por meio da fala e das canções. Nesse caso, a música aparece como importante instrumento para a evangelização por conter, além dos aspectos teológicos básicos, o apelo emocional e individual das mensagens aos grupos oriundos da época das grandes missões (congregacionais, presbiterianos, batistas e metodistas).

Mendonça (1995) observa que havia certa integração favorecendo a união das várias denominações dos protestantes não pentecostais¹⁰ em torno da música. É provável que essa dinâmica tenha se constituído devido ao fato de as denominações presentes nesse grupo compartilharem um arcabouço teológico e simbólico mais ou menos comum, e que no caso da música disposta nos hinários tenha sido acessado com vistas à obtenção de êxito quanto a seus objetivos evangelísticos (MENDONÇA, 1995). Segundo Braga (1960), a música difundida pelos missionários havia sido elaborada por iniciativa dos evangélicos congregacionais representados pelo Dr. Robert Reid Kalley (1809-1888) e sua esposa Sarah Poulton Kalley (1825-1907), os primeiros a inaugurarem uma igreja protestante de missão no país em 1858 e a traduzirem e comporem melodias evangélicas em português, rompendo com a barreira da

⁸É importante mencionar que os protestantes não foram os primeiros a utilizar a música no Brasil como ferramenta evangelística, essa estratégia foi utilizada desde o século XVI pelos jesuítas, como assegura Marcos Holler (2010, p. 12): “Os missionários jesuítas logo perceberam na música um meio eficaz de sedução e convencimento dos indígenas, e, embora os regulamentos da Companhia de Jesus fossem pouco afeitos à prática musical, referências à música em cerimônias religiosas e eventos profanos são encontradas em relatos desde pouco tempo depois da chegada dos jesuítas no Brasil até sua expulsão em 1759.”

⁹ Para maiores detalhes sobre o assunto, ver o artigo de Alceu Ravanello Ferraro, “*Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?*” Revista Educação e Sociedade, Campinas, vol. 23, n. 8, p. 21-47, dez 2002.

¹⁰ O grupo de protestantes não pentecostais compreende as seguintes denominações protestantes: congregacionais, presbiterianos, metodistas e batistas. Daqui em diante irei me referir a esse conjunto de religiões evangélicas por meio dessa expressão.

língua e permitindo que os novos adeptos tomassem contato com a nova fé via palavra escrita ou cantada. De acordo com a autora, pelas mãos de Sarah Kalley foi elaborado, em 1861, o mais importante hinário do protestantismo brasileiro – *Salmos Hinos* – utilizado pela primeira vez na igreja que fundaram e, posteriormente, amplamente por outras denominações. O modelo introduzido pelo casal Kalley no Brasil é singular por conter em si uma compilação de hinos de vários ramos do protestantismo (luteranos, calvinistas, batistas e metodistas) seguindo os moldes da Europa e dos Estados Unidos, que consistia em um guia, no formato de livro, de letras e músicas para serem cantadas. Vale apontar que a herança dualista (negação do mundo em favor das coisas do espírito), oriunda do catolicismo medieval e abraçada pelo pietismo, mostrou-se como traço preponderante das canções compreendidas nesse hinário. Sobre a importância dessa obra para o protestantismo brasileiro, Mendonça (1995) afirma que ela é central na medida em que se apresentou como uma miscelânea teológica afinada principalmente com o metodismo e o pietismo, constituindo-se num resumo da teologia dominante da época, qual seja: o metodismo norte-americano do século XIX¹¹ podendo, por si só, servir de material de estudo teológico da chamada “Era das missões”¹². O individualismo, o voluntarismo e o apelo emocional estão espalhados em temas que variam entre o arrependimento pessoal, apelo emocional do crucificado, apelos à conversão, luta entre o bem e o mal e traços de apocalipsismo. Em sua maioria, os temas tratam de questões ligadas à evangelização pessoal, ou seja, o elemento principal de ligação entre as denominações protestantes existentes no país nesse período. Além disso, serviu de base para tantos outros hinários elaborados posteriormente que igualmente apostavam na conversão individual como meta a ser cumprida, justamente por estar em acordo com a teologia proposta pela maioria dos ramos protestantes instalados em terras brasileiras na época.

¹¹ Essa denominação teve grande influência dentro dos Estados Unidos (primeiro como proposta teológica/doutrinária e posteriormente como denominação autônoma) a partir das concepções teológicas de John Wesley, que pretendia reavivar o culto protestante. Essa denominação aportou posteriormente no Brasil através dos missionários norte-americanos (DOLGHIE, 2007).

¹² A era das missões que se desenvolveu nos Estados Unidos compreende grande parte do século XIX, período este que coincide com o aumento do poder econômico deste país. Também conhecidos como *revivals* (renascimento, despertar) ou avivalista, esses movimentos foram iniciados por metodistas ingleses e se espalharam dentro do território americano por volta do século XVIII até meados do século XIX divididos em dois períodos dos quais podemos destacar os princípios pietistas demarcadamente de caráter evangelizador. Essa prática era seguida como meta no objetivo de conduzir mais e mais pessoas ao arrependimento e à fé em Jesus Cristo. Cumpre apontar que foi nesse período que se desenvolveu a ideia de “destino manifesto” do povo norte-americano, impulsionado por fatores internos e externos, políticos e religiosos, gerando a ideia de vanguarda dos povos. Com isso em mente espalharam-se pelo mundo missionários norte-americanos, elegendo como objetivos principais: cumprir a vontade divina em relação à evangelização do mundo e salvar os países ditos atrasados do mal da ignorância e idolatria (MENDONÇA, 1995).

Segundo Milton Rodrigues Souza Júnior (2010), os hinários tiveram origem na Europa a partir da necessidade de listar e incluir nas celebrações canções já comumente utilizadas como ferramenta litúrgica pelas igrejas protestantes em suas celebrações, o que garantia uma melhor estruturação da liturgia dos cultos. O conceito de hinário chegou aos Estados Unidos pelas mãos dos pioneiros das treze colônias e se espalhou como um modelo para elaboração dos cânticos desse país. Assim como havia feito Lutero em sua época, a igreja protestante estadunidense absorveu muitas canções de cunho profano e as revestiram de roupagem sacra. As campanhas de avivamento encabeçadas em grande medida pelo metodismo fizeram uso em larga escala desse tipo de canção, na medida em que o seu propósito era justamente o de emocionar o indivíduo e gerar nele o arrependimento. Segundo Módulo (1996), o ritmo que se tornou símbolo desse tempo foi o *gospel song*, e, durante o século XIX, tomaram a América do Norte. A estrutura melódica de tal gênero musical gerava uma aproximação com o povo que se davapor meio de letras as quais retratavam um conteúdo mais pessoal (romântico) e uma melodia cromática de fácil assimilação auditiva provinda de uma mescla de *spirituals* (*white e negro*) e *folk songs*. Assim, o apelo popular das canções se tornou um forte atrativo na campanha proselitista desse movimento, que encontrou uma saída para expandir a fé cristã unindo música profana anglo-saxã, negra e popular com conteúdo sacro. E sob esse aspecto, Souza Júnior (2010) afirma que a história se repetiu no Brasil, porém sem absorver os ritmos populares dispersos pela sociedade brasileira. Não obstante, afirma o autor, que, em terras brasileiras, os hinários foram se cristalizando no imaginário protestante, ganhando com isso o *status* de elemento sagrado quase igual ao da bíblia:

[As] pessoas participantes da nova confissão de fé, recém-chegada ao Brasil, reproduziram as canções dos hinários, “crentes”, pois dentro de seu conceito, era o que continham música absolutamente sagrada. Pelo seu princípio de fé, elas jamais seriam capazes de entoar outras canções não contidas nesses livros de cânticos – aquelas profanas músicas do mundo – mas, sem saber, estavam na verdade cantando músicas folclóricas norte-americanas, que originalmente não tinham nenhuma sacralidade ou, até mesmo, religiosidade em sua composição e intencionalidade (SOUZA J., 2010, p. 39).

Em outras palavras, por desconhecimento da origem ou por negação das canções “mundanas” da época, sem saber que entoavam canções populares, os novos convertidos acabaram sacralizando o profano. Contudo, afirma o autor, não houve intencionalidade na qualificação desse instrumento litúrgico em artigo “sacro”, o que ocorreu foi tão somente uma valorização demasiada de tais compêndios musicais, sendo por vezes utilizados mais do que a Bíblia durante os cultos.

É importante para discussão que se faz aqui apontar para esse aspecto de relação entre as esferas do sagrado e do profano, em relação à música trazida pelos missionários não pentecostais, surge dentro do diálogo feito entre as igrejas e seus fiéis com o resto da sociedade. Ora, se como aponta Mendonça (1995), sendo os missionários os portadores de uma mensagem de libertação moral e espiritual logo a música trazida por eles também carregariam esse traço. Apenas esse fator somado aos aspectos de uma visão de mundo dualista possibilitou a construção de uma linha divisória, que por sua vez, balizaria as ações dos indivíduos dentro da esfera religiosa. Ou seja, aquilo que antes era profano passou a ser visto como sagrado, pois não se percebia a ligação direta com ritmos populares de outros países. Em relação a “valorização demasiada” dos hinários demonstra que a centralidade da música nos cultos aponta para um culto mais emocional.

Um traço interessante dos hinários, digno de menção, é o fato de não haver junção entre eles e as matrizes melódicas populares no Brasil. Souza Júnior (2010) aponta que alguns fatores contribuíram para isso: o primeiro fator diz respeito aos *gospel songs*, trazidos pelos norte-americanos e que, por serem tão diferentes dos estilos nacionais, foram confundidos e rotulados como sacros em essência. O segundo fator diz respeito à idéia de que a musicalidade nativa, em seus diversos ritmos, estivesse associada ao paganismo. E o último fator teria sido causado pelo apego que cada denominação mantinha com o seu próprio hinário. Esses fatores somados, na visão do autor, teriam impedido o uso de ritmos populares.

Além do *Salmos e Hinos* surgiram, posteriormente, outros hinários, compostos em sua maioria por missionários que acabaram consolidando o cancionário protestante de origem norte-americana com toda sua proximidade com as músicas seculares geradas pelas *gospel songs*, vertente da *folk music* como música sacra. Foram eles: *Cantor Cristão* (batistas), os *Cânticos de Louvor*, a *Harpa Cristã* (pentecostais), o *Hinário Evangélico* (interdenominacional), o *Hinário Novo Canto* (interdenominacional), entre outros. Muitos desses hinários foram elaborados a partir de adaptações livres de canções existentes em outros hinários de maneira a rechaçar a doutrina das denominações.

O autor ainda faz uma importante caracterização dos hinários brasileiros que, a seu ver, foram responsáveis por sua consolidação no cenário protestante nacional e, entre as mais interessantes, destacam-se as seguintes:

- 1) por serem, em grande parte, provindas dos Estados Unidos, trouxeram consigo as peculiaridades socioculturais desse país;
- 2) possuem, em geral, linguagem rebuscada de difícil entendimento, mas, por outro

lado, mantêm boa poética com rimas bem trabalhadas de maneira que conseguem sensibilizar os seus executantes;

- 3) contêm construção teológico-doutrinária bem estruturada, com estribilhos de fácil memorização tornando-se, com isso, muito populares;
- 4) são vetores de ensino, tanto de ordem teológica, quanto de cunho moral;
- 5) é atribuído a eles o fato de ajudar a dar identidade à comunidade cristã protestante brasileira. Essa caracterização demonstra a centralidade dos hinários na vida eclesial da maioria das denominações protestantes presentes no cenário brasileiro.

De fato, os hinários que aqui se desenvolveram foram fortemente marcados por traços da cultura norte-americana do século XIX. Eles também estiveram presentes em muito do que foi produzido adiante, como será visto a seguir. Mesmo tendo um arcabouço favoreceu a utilização dos hinários pelas demais denominações não pentecostais de maneira similar. Em termos gerais favoreciam o canto congregacional, mas dificultavam uma performance corporal, tão importante nos grupos pentecostais (SOUZA J., 2002).

1.3 Novos atores, novas canções: os corinhos

O advento dos “corinhos” constituiu-se em um grande avanço para a difusão da música elaborada por evangélicos no país. O palco em que se desenrolou inicialmente esse processo foi a cidade de São Paulo. Até meados dos anos de 1950, as igrejas protestantes, majoritariamente, utilizavam os hinários como o acompanhamento adequado para os ritos litúrgicos. Porém, com a entrada de novos atores sociais no campo evangélico brasileiro — os pentecostais de “segunda onda”¹³ —, surgiram as primeiras mudanças no eixo da produção musical. Mesmo tendo em vista que alguns compositores já haviam se aventurado por essa seara (SOUZA JÚNIOR, 2010), poucos obtiveram tanto êxito quanto os que surgiram após a chegada dos missionários provindos da Igreja Quadrangular e sua Cruzada Evangelística. Foi a partir da ação desses grupos que surgiu o chamado “corinho”.

¹³A divisão das denominações pentecostais em ondas foi proposto por Freston (1993) e adotada e ampliada por Mariano (1999), centrados na separação por critério histórico-institucional. A primeira onda, chamada pelos autores de pentecostalismo clássico, justamente por serem os primeiros, concentram-se as seguintes denominações: Assembleia de Deus e Congregação Cristã no Brasil, que já marcavam presença no cenário desde o início do século XX, porém, em parte por sua postura sectária e aversão a qualquer aproximação com outros grupos religiosos mantiveram-se fechados em si, durante várias décadas, com relativo êxito. Já a segunda onda, chamada de deuteropentecostalismo, por ser a segunda, caracteriza-se por terem sido implantadas quarenta anos depois da primeira e por uma postura menos sectária em relação à sociedade (MARIANO, 1999).

Os trabalhos feitos por esses missionários da Cruzada Evangelística, além de introduzir no Brasil o evangelismo de massa e a cura divina, também foram responsáveis por apresentar às multidões uma nova forma de entoar canções sacras de maneira nunca antes vista no país.

Munido de guitarra elétrica, o ex-ator de filmes de faroeste do cinema americano e pastor protestante Harold Edwin Williams (1913-2002) cantou, em seu primeiro culto na cidade de São Paulo, muitas canções que mesclavam *country music* e *gospel songs* (MARIANO, 2005). É certo que anteriormente os hinos executados nas igrejas seguiam a linha de não se ajustar ao “mundo”, incluindo aí o uso de instrumentos musicais considerados seculares. O uso de guitarra elétrica, em espaços públicos e meios de comunicação de massa para a divulgação da “boa nova” era, até então, inédito e escandalizou o meio protestante.

De fato, essa escandalização, em certa medida, era fruto do processo de mudança social intensificado dentro do campo religioso brasileiro. Segundo Procópio Camargo (1971), esse processo teria se iniciado na segunda metade do século XIX com a expansão das “religiões internalizadas”. Segundo o autor, a marcha posta pela secularização da religião tradicional no país – o catolicismo –, junto ao acentuado quadro de mudança social, propiciou um terreno fértil para que essas “religiões internalizadas” (umbanda, espiritismo, pentecostalismo e outras formas de catolicismo) pudessem ganhar campo e adeptos principalmente nas cidades, mas também nas regiões rurais. Essas religiões, segundo o autor, eram procuradas de maneira intencional pelo fiel que buscava respostas imediatas a problemas também de ordem imediata, aos quais nem o Estado, a ciência e sua religião de origem poderiam responder prontamente, assim:

A racionalização do agir religioso, que Procópio Camargo chama de internalização, conquista-se contra o tradicionalismo e contra os valores dados. Nesse sentido, mesmo as religiões mais densas de sacralidade podem ser portadoras de racionalidade, e por conseguinte sintomas da modernização da sociedade onde surgem e se esparramam, desde que se dêem como formas conscientes e voluntárias de adesão a um corpo de símbolos religiosos (PRANDI & PIERUCCI, 1996, p. 13).

Mas, o equacionamento do problema vai além dessa premissa, necessitando verificar a questão da adesão racional por outro ângulo. Ronaldo Almeida e Paula Montero (2001), apontam que esse processo não pode ser reduzido à ideia do acesso racional, justamente por se processar sobre mecanismos particulares de ressignificação, acessados pelos fiéis a recompor o seu campo de visão e divisão em outra realidade, no caso uma metrópole como São Paulo. De fato, a maioria da população dessas igrejas nessa época era composta por um

grande número de migrantes, provindos de núcleos rurais de diversas partes do país – sobretudo nordestinos – que sob a égide de um catolicismo popular encontravam guarida religiosa nessas igrejas. Assim, fatores como curas milagrosas e acesso ao sagrado sem intermediários, tão caros ao catolicismo popular, poderiam ser ressignificados. É nesse sentido que os autores defendem que o fenômeno do trânsito religioso deve ser visto como o processo de transformação das religiões baseados no terreno das religiões populares do Brasil (catolicismo popular, kardencismo, religiões-afrobrasileiras).

Assim, a ação do pastor americano Harold Williams serve de ilustração para o fato de que “a primeira fase de expansão pentecostal acompanhou o fenômeno da concentração populacional urbana brasileira, intimamente ligada ao êxodo rural” (CUNHA, 2004, p. 123) e, portanto, a ação evangelizadora de grupos ligados ao pentecostalismo em consonância ao fenômeno urbano agiu de maneira conjunta para que os pentecostais pudessem romper com a hinódia tradicional, como aponta Cunha:

A primeira mudança significativa em termos musicais no campo protestante no Brasil desde a sua inserção da hinologia pelos missionários no século XIX foi a popularização dos “corinhos”. Inspirados nas composições populares de melodia e letra simples e forte tom emocionalista, criados nas reuniões avivalistas nos EUA a partir do século XIX, eles foram introduzidos no Brasil nos anos 50 por grupos pentecostais e instituições paraeclesíásticas 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 paraeclesíásticas produziam versões em português de cânticos populares estadunidenses (marchas e baladas românticas) (CUNHA, 2004, p. 124).

De acordo com a autora, esses aspectos demarcaram o início de um novo período na história protestante brasileira e inauguraram a produção musical evangélica no país, para que ritmos populares brasileiros fossem incorporados ao repertório de música evangélica. Essa a base daquilo que anos mais tarde seria chamado de Movimento Gospel. No entanto, eles só puderam ganhar espaço devido ao fato de que, perante a teologia pentecostal, tais ritmos não causavam maiores incômodos (MARIANO, 2005), nem atentavam contra a sua moral e, portanto, foram aceitos de bom grado, sendo que o que outrora era tido como mundano passou a ser ressignificado como algo a serviço da evangelização.

O exemplo dos corinhos é sintomático, ele se consolida como gênero musical devido às junções que se firmam no cenário evangélico:

Na época, os pentecostais, além de usarem a *Harpa Cristã*, principiaram a cantar

corinhos com melodias de estilo romântico e caipira e versões de canções norte-americanas, adequados ao gosto popular dos fiéis e pastores, por não causarem escândalo nem contestarem seus usos e costumes (Ibid., p. 213).

Para os neófitos, esses ritmos que, naturalmente, não eram totalmente desconhecidos, já que pelo rádio muitos deles foram popularizados criando uma identificação difícil de ser desprezada, também estavam dispersos dentro do repertório musical das igrejas. O rádio entra aqui, em conjunto com o cinema, como facilitador de adequação dos indivíduos vida religiosa. Ora, foi por meio do rádio e também do cinema nos anos de 1940-50 que muitos conheceram um repertório de canções produzidas para o consumo em larga escala, dispersos em filmes e rádio-novelas, todos passando pelo crivo da produção em série, que não raro eram muitas vezes financiados por empresas multinacionais, consolidando um arcabouço de modelos de sucesso¹⁴ (ORTIZ, 2001). Com a expansão das igrejas pentecostais (igrejas de massa) surgiu a possibilidade de disseminar uma música de massa elaborada por evangélicos. Isso pode ter contribuído de maneira a diminuir o peso sobre as costas do novo crente que, tendo de abandonar velhos hábitos, encontrava na música um ponto de apoio para melhor se conformar à nova realidade.

Canções mais palatáveis e com refrões de fácil assimilação foram umas das marcas principais dos corinhos que, por meio das ações das organizações evangélicas sem vínculo denominacional, deram conta de iniciar a expansão do horizonte da música evangélica no país. Verifiquemos algumas letras destes corinhos apresentadas por Cunha (2004, p.125):

Põe tua mão
(Autoria desconhecida)

Põe tua mão na mão do meu Senhor da Galileia,
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 esse corinho repetidamente, a palavra “mão” era substituída pelas palavras “vida” e “igreja”] (grifo da autora)

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 desilusões são tantas
Mas existe uma esperança

¹⁴ Para maiores detalhes sobre o assunto ver “Cultura e Sociedade” in Ortiz, Renato. **A moderna tradição brasileira**, 2001, 5ª ed., Brasiliense: São Paulo, SP.

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.

De acordo com Cunha (2004), os corinhos, como se pode ver, têm uma construção poética bastante didática que traz elementos e imagens de fácil assimilação, auxiliando na compreensão do texto melódico centrando-se em apelos emocionais sempre em um plano individual. Além disso, por serem curtos, podem ser cantados diversas vezes, o que facilita a memorização. Músicas prontas a ser facilmente difundidas inclusive comercialmente.

Dispersos, sobretudo a partir de grupos pentecostais, esse formato musical também foi largamente utilizado por grupos, por exemplo por grupos como os VPC (Vencedores por Cristo) que centravam os seus esforços na evangelização de jovens, como veremos no próximo capítulo. Essas canções também foram utilizadas em larga escala por católicos ao longo dos anos, sobretudo após os anos 1970. Entretanto, no caso dos pentecostais, as composições estavam mais ligadas a raízes populares, nos quais os ritmos utilizados eram predominantemente a moda de viola, a guarânia¹⁵, entre outros (SOUZA, 2011). Entre os grupos como o VPC que miravam as denominações não pentecostais (presbiterianos, metodistas e batistas) utilizavam canções norte-americanas traduzidas para o português e eram executadas ao ritmo de baladas e marchas românticas (CUNHA, 2004). De qualquer modo a concepção de uma música simples e direta funcionou de maneira eficaz tanto dentro dos grupos não pentecostais como pentecostais.

Cunha (ibid.2004) aponta que o advento dos corinhos e sua repercussão aqueceram os

¹⁵ Guarânia é um ritmo provavelmente desenvolvido no Paraguai, de andamento lento, na maioria das vezes tocados em tom menor. Esse ritmo foi muito popular no Brasil e fez sucesso com artistas como Inhana e Cascatinha nos anos de 1960 e esteve presente em composições como “Pra não dizer que não falei das flores” de Geraldo Vandré, sendo também largamente utilizado por duplas e cantores sertanejos até os dias de hoje.

debates dentro do PHM, que se dividiu em duas alas; os conservadores, os quais se diziam contrários às mudanças no campo, empreendidas pela disseminação dos “corinhos”, e os mais liberais, que enxergavam as mudanças com bons olhos, argumentando que eram positivas e estavam de acordo com o preceito do evangelismo como mandamento.

De acordo com Érica de Campos Vicentini (2000), muitos dos embates produzidos por “intelectuais orgânicos”, no sentido gramsciano do termo, dentro do meio não pentecostal se deram em colunas de jornais protestantes – que dedicavam sempre um espaço para publicações sobre música – em torno da questão da qual João Wilson e Rolando de Nassau expressaram a sua discordância em vários artigos respectivamente no jornal “O Batista” e “O Estandarte”. Para Rolando de Nassau, em suas próprias palavras, a verdadeira música sacra era aquela que:

(...) espiritual e esteticamente se adapta à função litúrgica e obtém a aprovação da autoridade eclesiástica, ou se utiliza dos textos e assuntos sacros, com ampla liberdade de criação, interpretação e apreciação artística, de maneira a tornar mais fácil a aproximação do homem com a religião (NASSAU, 1967, p. 5 apud VICENTINI, 2000, p. 32).

Segundo Vicentini:

Para o maestro [João Wilson], o ponto chave da música sacra está nas associações que a obra permite realizar. Não importa com que intenção ou por quem ela tenha sido escrita, o que importa é o sentimento que ela provoca na pessoa (VICENTINI, 2000, p. 33).

O embate desses dois críticos musicais veiculados pelos jornais “O Batista” e “O Estandarte” revela as lutas internas pela dominação do campo (BOURDIEU, 2007). É clara a posição que cada um toma: enquanto um defende que a música sacra só pode ser considerada como tal se estiver enquadrada espiritual, estética e hierarquicamente no sistema eclesial como um formato aceito, o outro defende que nada disso é necessário – o que importa não é a forma, mas o que o conteúdo pode despertar nas pessoas.

Não podemos dizer que as ideias debatidas por eles podem revelar a totalidade das opiniões dentro do campo. Porém, elas refletem grande parte das posturas mantidas por parte dos protestantes (presbiterianos, batistas e metodistas) – principalmente das suas lideranças – em relação às mudanças dentro do campo evangélico. Vale lembrar novamente que toda essa celeuma se deu sem a participação dos pentecostais que continuaram acompanhando outros acordos. Não é pretensão desse estudo verificar afundo essa dinâmica, mas é preciso apontá-

la, pois nos dá pistas da centralidade da música para os evangélicos no Brasil e posteriormente verificar como foi se constituindo o mercado de discos produzidos por evangélicos no país.

Nesse sentido cabe salientar que , o corte promovido pelo advento dos “corinhos” possibilitou que muitos cantores/cantoras e conjuntos vocais, dentro do cenário protestante brasileiro, pudessem ganhar maior visibilidade, justamente por dar condições para a elaboração de um repertório de canções que se adequassem à sociedade de maneira mais próxima.

1.4 Divergências e convergências: as diferentes concepções sobre a música e sua utilização entre os protestantes não pentecostais e pentecostais

Mesmo tendo um arcabouço teológico comum em relação ao conteúdo das canções elaboradas, as diversas denominações evangélicas dispersas pelo espaço social brasileiro têm concepções divergentes sobre a música. As denominações pertencentes ao grupo de denominações não pentecostais (presbiterianos, batistas, metodistas e adventistas) mantêm uma postura de reserva à execução do repertório musical dentro das suas igrejas. Ao passo que os pentecostais executam uma música mais próxima à cultura popular em uma diversidade de ritmos, sempre buscando acessar os sentimentos dos ouvintes.

De acordo com Souza (2002), nas igrejas de denominações como a presbiteriana e a batista, tanto a execução musical e a entoação das canções tendem a ser mais comedidos. Não há espaços durante o culto para músicas que não forem provenientes dos hinários oficiais. Mesmo tendo em vista que há a execução de uma infinidade de ritmos considerados “não eclesiais”, a música deve ser pautada à criação de uma atmosfera religiosa, que possam gerar no ouvinte a introspecção, a exaltação. A música faz fundo para que a pregação do pregador, criando um elemento de ligação entre os membros da igreja que somente as palavras não seriam capazes de dar conta. O autor aponta ainda que há um duplo papel da música. O primeiro é de expressão, ou seja, ele expressa súplicas e confissões, etc; e o segundo de impressão, a música teria a capacidade de “criar ambientes próprios” (Ibid.2002, p.63). Marcadamente existe uma separação entre uma música que atenda os preceitos designados pelas igrejas não pentecostais e as igrejas pentecostais.

Na maioria das igrejas pentecostais e neopentecostais – excluindo a Congregação Cristã no Brasil que mantém um “rigor sectário” na utilização de seu próprio hinário – há um contato mais “íntimo” com a música. Há a presença de hinários em uma grande parte delas,

porém, a utilização de músicas com ritmos populares é amplamente aceito. Em igrejas como Assembléia de Deus e o Brasil para Cristo, verifica-se que existe uma grande variedade de ritmos, que iam do brega ao pop, do samba ao romântico, mesmo alguns adeptos negando a associação, eram bastante “dançantes”, ou *hot*. Quanto à escolha do repertório, em membros dos grupos de louvor e adoração pertencente à uma igreja de bairro pertencente à Igreja Internacional da Graça de Deus e Igreja do Evangelho Quadrangular, apontaram que o repertório é escolhido por “inspiração” adequando-se ao discurso a ser tratado no dia durante o culto. O papel da música é o de despertar as pessoas para as “coisas de Deus”. Esse último fator é preponderante, pois, de acordo com os músicos dos grupos de louvor e adoração, de ambas denominações, a música nas igrejas pentecostais tem a função preparar o fiel para o acesso aos dons do “Espírito Santo”.

Outro fator digno de menção diz respeito ao grande espaço de tempo ocupado pela música, ao visitar algumas igrejas como a IIRD (Internacional do Reino de Deus), Renascer em Cristo foi possível observar esse dado. O tempo cronometrado na execução musical apresentou um padrão. Cerca de 75% do total do culto é direcionado à música. Isso vai ao encontro do que Souza (2002, p. 64), verificou em pesquisa feita na IEQ (Igreja do Evangelho Quadrangular). O autor aponta que a utilização da música por essa denominação é preponderante na medida que é através dela que “reforça os valores do grupo, expressa as emoções, dá prazer e finalmente serve como veículo de revelação de Deus.” Nesse sentido, fica mais claro que não há como descolar a música da ideia de sagrado, as esferas artísticas e religiosa se entrelaçam de modo a ser muito difícil distingui-las entre si. Trata-se de um fato que só pode ser observado pela relação entre elas. É certo que o espaço ocupado pela música nas igrejas evangélicas não pentecostais é grande, mas nada comparado às pentecostais e neopentecostais.

Assim, ambos os casos (não pentecostais e pentecostais) são eloquentes para demonstrar a centralidade da música. A utilização de um repertório sonoro que sirva para “gerar uma atmosfera de religiosidade” ou “facilitar o acesso aos dons do Espírito Santo”, em uma maneira geral, respondem a possibilidade dos fieis se ligarem diretamente ao divino. Por outro lado a própria dinâmica das denominações, ou seja, aquilo que lhes é peculiar, pode ser verificado pelo uso que fazem da música. Uma postura de contrição das emoções no caso não pentecostal, se ligando a uma atitude de calma sem qualquer menção de palavras; e de exarcebação das emoções entre os pentecostais e neopentecostais, que dá prazer e ajuda a indução ao transe.

Não obstante, a importância dada à música é o que salta aos olhos de imediato e o que poderia justificar a ênfase mantida desde os primeiros reformadores à suas potencialidades de emocionar - seja fiéis, neófitos ou prosélitos - e propagar os preceitos teológicos e doutrinários das várias denominações evangélicas espalhadas pelo espaço social brasileiro. Mas a música também é uma espécie de *prece*, no sentido que Mauss (1979) lhe atribui, a saber, um elemento que se liga diretamente aos ritos e a própria crença, partilhando um sentido individual e coletivo de acesso ao divino. Na *prece* podem-se notar também os fragmentos da própria religião e do próprio esforço da construção simbólica que liga o crente ao seu credo de maneira mais intensa. Aliado a isso cabe destacar que a concepção dualista de mundo, traço significativo de ambos os grupos, tem muito a ver com a postura de distanciamento emitida pelos vários grupos evangélicos em relação aos vários ritmos populares. Nesse sentido toda a assimilação de novos ritmos vem obedecendo a uma intrincada rede de relações e negociações entre as esferas do sagrado e do profano, ou seja, as denominações e a sociedade.

Capítulo 2: O mercado fonográfico evangélico brasileiro antes do Gospel

Foi tratado anteriormente como a música evangélica no Brasil veio se formando ao longo dos anos, assim como a sua importância dentro do culto protestante no geral. Nesse sentido, verificamos que a partir do hinário *Salmos e Hinos* – que consistia em uma coletânea de hinos com origens nas várias denominações protestantes presentes na Europa e nos Estados Unidos - hinários foram trazidos por missionários protestantes não pentecostais ainda no século XIX e foram capazes de auxiliar na inserção do protestantismo no Brasil (MENDONÇA, 1995). Cabe mencionar que os hinários se constituíram no primeiro meio de divulgação da música produzida por evangélicos no país (SOUZA, 2010). Na sequência foi abordado como surgiu e se espalhou os chamados “corinhos”, a partir das ações dos grupos pentecostais de “segunda onda” (FREESTON, 1993), ou “deuteropentecostais” (MARIANO, 2005). Feita essa apresentação, foi indicado que a música, mesmo sendo concebida de maneiras distintas, tem papel preponderante no culto evangélico, justamente por poder acessar as emoções dos fieis e facilitar assim a pregação (SANTOS, 2002).

O objetivo desse capítulo é verificar como as gravações evangélicas foram sendo elaboradas no país, inserindo na discussão a apropriação das mídias como meio para atingir objetivos religiosos. Sobre esse assunto será utilizado como mote algumas idéias desenvolvidas por Karina Kosicki Bellotti (2010), para a autora:

Os evangélicos que usaram e usam a mídia partem da ideia de que a sociedade brasileira possui carências espirituais e morais que podem ser preenchidas por Jesus Cristo; detectam problemas e oferecem soluções em um contexto em que a publicidade oferece respostas para as carências reais e imaginárias de bens de consumo (*Ibid*, p. 57).

Assim, veremos que existe uma ligação entre as iniciativas particulares de produção musical, selos e pequenas gravadoras – muitas vezes vinculadas a igrejas – e a indústria fonográfica, pois sem essa ligação direta não seria possível a elaboração de discos evangélicos no panorama brasileiro. Porém é importante salientar desde já que essa ligação não impediu que houvesse uma relativa autonomia no campo das produções fonográficas evangélicas em relação ao mercado de bens culturais atuante no país, dado que mesmo inserida na perspectiva mercadológica as gravações evangélicas devem ser vistas como o produto da relação entre religião e sociedade e do contato direto na concorrência dentro do campo religioso brasileiro.

Para tanto, será apresentada uma pequena contextualização acerca dos fatores sócio-históricos que incidiram diretamente no processo de desenvolvimento de fonogramas evangélicos no país. Nesse sentido verificaremos que o setor foi aos poucos se ampliando através das lutas internas e do movimento de modernização do país consolidado com o governo militar. O destaque será dado para as gravadoras que foram se estabelecendo na cidade de São Paulo, como o exemplo da CAVE (Centro Audio Visual Evangélico), que com um discurso ecumênico, reuniu em torno de si várias denominações protestantes (principalmente presbiterianos e batistas). Esse processo se acirrou com a expansão dos grupos pentecostais, ajudou a introduzir uma música mais ligada às classes populares e aos jovens protestantes não pentecostais. Esses dois grupos, com suas ações individuais, passaram a ampliar a rede de pequenas gravadoras e selos de distribuição, ampliando o mercado e abrindo possibilidades para que se desenvolvesse dentro do setor uma maior diversificação musical. Portanto, o nosso foco neste capítulo fixa-se em mirar como se desenvolveram as produções fonográficas antes do advento do movimento Gospel partindo daquilo que ocorreu na cidade de São Paulo.

2.1 As primeiras gravações de música evangélica no país

Na época das primeiras gravações de música evangélica no país, a indústria fonográfica também dava os seus primeiros passos. Nesse momento de incipiência, os protestantes não pentecostais aqui instalados se beneficiaram das novas tecnologias aqui surgidas gravando discos tanto por meio de recursos próprios como também a convite de selos e gravadoras. O repertório escolhido ao longo dos anos seguiu sempre oscilando entre o hinário Salmos e Hinos e clássicos de compositores eruditos como Johaan Sebastian Bach e Handel, dando privilégio ao canto coral ou aos quartetos.

Iniciado pelo fonógrafo, desenvolvido por Thomas Edison em 1878, seguido pelo disco de 78rpm e o gramofone produzido pela empresa Berliner Gramophone Company, em 1900, o mercado de fonogramas logo se tornou um lucrativo ramo comercial. Em um período de menos de 40 anos, a indústria do disco já declarava milhões de dólares em lucros (DIAS, 2001, p. 35 apud PAIANO, 1994, p. 182). A atuação dessas companhias não só se detinha ao plano da produção e venda de fonogramas (*softwares*), como também

fabricavam os reprodutores (*hardwares*) consolidando, dessa maneira, um mercado mundial avaliado na época em U\$ 159 milhões (DIAS, 2001, p.35).

Segundo José Ramos Tinhorão (1981), no Brasil, as tecnologias de gravação e reprodução de fonogramas foram introduzidas sem uma expectativa de um público consumidor. A produção de fonogramas – ainda pelo sistema de cilindro – foi implantada pelo dono da “Casa Edison”, Fred Figner em 1897, que tentava comercializar além de fonógrafos, também as músicas por eles gravadas. Em 1904, a “Sociedade Phonográfica Brasileira” apresentou os discos “Berliner” e o “Gramophone”. A partir de 1913, a primeira fábrica de discos *Odeon*¹⁶ foi instalada na cidade do Rio de Janeiro pela empresa “International Talking Machine”. Durante esse período, o Brasil contava com quatro gravadoras: “Casa Falhaber”, “Columbia”, “Grand-Record” e “Victor”. Assim, a partir dessas empresas, começava no Brasil a se formar um público consumidor.

Foi nesse contexto que as primeiras gravações de fonogramas com conteúdo evangélico no Brasil vieram a lume. Pouco foi escrito ou documentado sobre esse período, o que torna mais difícil a sua pesquisa. No entanto, Henriqueta Rosa Fernandes Braga conta em seu livro “Música sacra evangélica brasileira; uma contribuição à sua história”, de 1961, como se desenvolveram as primeiras gravações de música evangélica no país. A autora aponta que a primeira gravação ocorreu no interior de São Paulo, feita por José d’Araújo Coutinho Júnior, no ano de 1901, utilizando um improviso técnico. Conta-se que este raspou a cera do cilindro de um fonógrafo e gravou a execução do hino nº 430 de *Salmos e Hinos*, em quatro vozes. Porém, foi no Rio de Janeiro que se deu a primeira gravação feita em estúdio.

Em 1912, o coro da Igreja Evangélica Fluminense gravou alguns hinos do hinário *Salmos e Hinos* em seis discos de dez polegadas pelo selo alemão *Favorite* atuante no Brasil na época, pouco tempo depois foi gravado um discurso do vereador Álvaro Reis. É interessante reproduzir o que a autora diz a respeito da fábrica *Favorite* e da Casa Falhaber:

A fábrica germânica *Favorite* atuava no Brasil em conexão com a Casa Falhaber, à qual fornecia assistência técnica para as gravações, enviando-se o material para a Alemanha, onde se fabricavam as matrizes e se prensavam os discos. Situava-se o estúdio à Rua da Constituição, 36, local em que se realizou essa gravação, que foi presidida pelo técnico alemão coadjuvado pelos Srs. Antônio e Filipe Falhaber, proprietários da firma

¹⁶ Por *Odeon* ficou conhecido o disco de duas faces para gramofone lançado pela empresa alemã Odeon Records em 1904.

brasileira. Os discos ainda eram gravados de um só lado e o anúncio do que se ia ouvir se fazia no limiar da própria gravação, de viva voz (BRAGA, 1960, p. 380).

Nota-se que a autora aponta algumas peculiaridades da época: as gravações pelo selo alemão eram feitas no Brasil, mas as cópias fabricadas na Alemanha; além disso, as canções eram anunciadas em “viva voz”, ou seja, anunciava-se o nome da canção, autoria e o nome da gravadora no momento anterior à gravação da música¹⁷. Esses fatos são bastante ilustrativos, pois demonstram ainda a fase de incipiência das gravações profissionais do período.

Em 1916, aponta a historiadora, por iniciativa do comerciante Porfírio Martins, foram gravados dez hinos – do mesmo hinário – pela marca *Odeon*, que já gravava discos em dois lados, sendo três executados pela banda “Odeon”, da própria gravadora, e os outros dois pela banda que acompanhou o Coro da Igreja Presbiteriana do Rio.

Em 1929, também por meio de ação particular, foram gravados mais dois discos no mesmo formato anterior. Em data que a autora não soube precisar – provavelmente antes de 1932 –, ela aponta que foram gravados quatro discos sob o selo *Aleluia* na cidade de São Paulo. Esses discos foram financiados pela igreja presbiteriana Independente paulistana e gravados pelo seu próprio coro. Ao total foram gravados oito hinos, todos retirados do *Salmos e Hinos*; a tiragem de cada um foi de apenas 125, totalizando quinhentas unidades, e sua circulação feita pelo interior do país, onde logo se esgotou.

A iniciativa para gravações evangélicas promovidas por *majors* foi iniciada no ano de 1936, quando a RCA Victor contratou para integrar o seu catálogo o Grupo Coral da Igreja Evangélica Fluminense que gravou dois clássicos natalinos: “Noite de paz”, de Gruber, e “Eis os anjos a cantar”, de Mendelsshon. Segundo Braga (1961), esse disco teve boa aceitação, sendo sua matriz utilizada até o seu desgaste.

Em 1944, a *Odeon* também convidou esse coral para gravar um disco contendo duas faixas: uma de composição de J. S. Bach, “Cristo Ressuscitou”, e o hino “Aleluia”, contido no hinário *Salmos e Hinos*. Após convites motivados, talvez, pela boa aceitação da primeira experiência, foram gravados mais dois discos em 1945 pela RCA Victor. O primeiro continha dois cânticos natalinos e o segundo três (ibidem, 1960).

¹⁷ No *web site* do Instituto Moreira Sales, disponível no endereço eletrônico <http://ims.uol.com.br>, é possível verificar essa peculiaridade disposta em várias gravações elaboradas por esta e outras gravadoras que atuavam no país nos primeiros anos do século XX.

No período de 1942 a 1949, destacaram-se algumas empreitadas promovidas por iniciativas particulares que, da mesma maneira, gravaram discos nas companhias RCA Victor, Columbia e Continental. Essas iniciativas, por serem localizadas, esparsas e de pequena tiragem, logo se esgotavam. Delas surgiram iniciativas dos selos Régis e Califórnia, que produziram alguns discos prensados pela Continental e pela RCA Victor, em São Paulo, SP.

De acordo com a autora, no intuito de prover as igrejas de publicações e gravações de discos evangélicos e auxiliar aos programas radiofônicos foi criado, em 1947, pela “Congregação Evangélica do Ar”, entidade ligada à igreja Batista, o “Clube Betel de Discos Religiosos”. O problema, no entanto, era gerar condições para gravações em estúdios dirigidos por evangélicos que pudessem suprir a demanda por novas publicações, mas isso só foi solucionado a partir de 1948 com a montagem do Departamento de Rádio e Gravações do Serviço Noticioso Atlas, localizado no Rio de Janeiro, RJ. Em 1950, foi montado o Centro de Audiovisual Evangélico (C.A.V.E), na cidade de São Paulo, SP.

O CAVE foi criado pelo departamento autônomo da Confederação Evangélica do Brasil para produzir e distribuir materiais audiovisuais destinados à evangelização, educação religiosa e igrejas. Inaugurada em 1950, em São Paulo, mudou-se em 1958 para Campinas, onde montou um estúdio que comportava a produção de programas radiofônicos, gravações de discos e produção de filmes de cinema e televisão. Por essa instituição foram lançados os primeiros discos no formato LP (Long Play) de música sacra evangélica, intitulados “Alegria de Natal” e “Os céus proclamam”. Com caráter não denominacional, o CAVE foi fruto da influência do protestantismo liberal norte-americano. Essa corrente se tornou conhecida por defender o Evangelho Social (*Social Gospel*). Eles consideravam

“que antecipariam a vinda de Cristo se construíssem o Reino de Deus por meio de uma melhor distribuição de renda e da reforma moral da sociedade. Eles também eram a força religiosa mais influente nos Estados Unidos no início do século XX, sendo chamados de “*mainline*” (protestantes de primeira linha).” (BELLOTTI, p. 74.)

Com uma proposta direta para utilização das mídias no trabalho evangelístico, o CAVE brasileiro iniciou-se com os presbiterianos, mas despontou, devido aos custos de produção, como uma empresa interdenominacional. O constante aprimoramento técnico é apontado pela autora como sendo a principal característica deste centro, as trocas de informações com outros CAVE’s estabelecidos em outros países, como Japão, Índia,

Paquistão, Líbano, Coréia do Sul e México, foi intenso, o que auxiliou aos envolvidos pudessem criar os seus próprios produtos de mídia voltados para o Brasil. Se por um lado havia uma certa “cartilha” a ser seguida pelos CAVE’s, por outro lado o discurso era para que cada centro pudesse se autogerir, podendo assim caminhar com as suas próprias pernas. Todo esse aparato gerou otimismo entre as lideranças protestantes quanto ao uso das mídias e suas potencialidades de dispersão de mensagens cristãs. A idéia principal era gerar produtos moderno e moralmente adequados (BELLOTTI, 2010, p.76).

Serviço Noticioso Atlas lançou cento e cinquenta discos vocais e instrumentais e, sob seu selo, mais outros quinze discos de “A Bíblia Falada” – que compreendia a leitura de trechos bíblicos – e três discos contendo histórias bíblicas voltadas para o público infantil. Esses discos foram produzidos em um período de doze anos, entre 1948 a 1960 (ano de seu fechamento), e, juntando todas as produções da empresa, foram vendidos aproximadamente trezentos mil discos (BRAGA, 1961).

Além do C.A.V.E, e o Serviço Noticioso Atlas de gravação, a autora cita ainda mais dois estúdios. O primeiro localizava-se na escola de música sacra do Colégio Benett, no Rio de Janeiro, e o segundo pertencia à Missão Presbiteriana do Norte, localizado em Recife, PE. O estúdio do Colégio Benett foi montado de maneira adaptada, pois dividia espaço no auditório do próprio colégio no qual foram gravados cinco discos. Sobre o estúdio da Missão Presbiteriana, a autora aponta somente que, além de produções locais, gravava músicas e palestras em outras localidades do país e também era incumbida da produção do programa “A Hora Presbiteriana”, que ia ao ar por uma rede de quarenta e sete emissoras, já em 1959.

É interessante verificar que o quadro apresentado por Braga (1961) demonstra um cenário pouco desenvolvido que se concentrava principalmente sob a égide do empreendedorismo. Os hinários, de acordo com a historiadora, foram amplamente utilizados nas gravações de fonogramas. Veremos a seguir que esse quadro muda com a entrada de novos atores que passam a alterar o cenário musical, introduzindo novas maneiras de entoar canções, principalmente por deixar um pouco de lado os hinários e apostar em novos compositores e novas maneiras de entoar canções evangélicas no país.

Segue abaixo os pontos principais que marcaram esse período:

- Corais, músicos e composições de música erudita foram contratados pelas primeiras gravadoras instaladas no país para compor discos com músicas natalinas e eruditas;

- Ações particulares, institucionais ecumênicas (sobretudo, presbiterianos e batistas), que com estratégias de *marketing* buscaram registrar em discos fonogramas com conteúdo evangélico com fins de propagação da “Palavra”, seja de canções ou de programas radiofônicos ambos a serem repercutidos via rádio;
- Discos de tiragem reduzida voltados, na maioria dos casos, para um público das próprias denominações;

2.2 Empreendedorismo para fé: gravações evangélicas nos anos de 1960 e 1970

As gravações de músicas com conteúdo evangélico no Brasil seguiram o movimento ditado pelo ritmo da consolidação da profissionalização dos meios de comunicação no país. Se inicialmente as gravações tenderam a ser concretizadas por meio de empreendimentos particulares e denominacional, nessas décadas essas práticas se consolidaram de vez. Quando passamos a situar as gravações desse grupo social dentro do plano de produção fonográfica brasileira, esse dado fica ainda mais claro. É importante assinalar que esse movimento foi beneficiado por fatores externos e internos ao campo evangélico.

O primeiro fator que se verificava era de natureza técnica. Conforme aponta Renato Ortiz (1988), o período gozou de um enorme aperfeiçoamento tecnológico empreendido pelo Estado por meio de seu plano de integração nacional que fomentou empreendimentos da iniciativa privada, fazendo com que esse plano de integração fosse desenvolvido por empresas não estatais. Isso não quer dizer que elas tiveram liberdades irrestritas para se desenvolverem, mas, segundo o autor, o Estado brasileiro gerou condições infraestruturais para o desenvolvimento da indústria cultural no Brasil, mas manteve-as dentro da ideologia autoritária e conservadora do governo militar. Como pudemos apontar, as produções fonográficas evangélicas, desde o início do século, vieram se desenvolvendo por meio da grande indústria fonográfica instalada no país. No movimento que se seguiu, muitos dos aparatos tecnológicos de gravação e os modelos fornecidos pela grande indústria foram apropriados pelos grupos evangélicos durante as décadas de 1960 e 1970. E foi por meio desses elementos que o cenário fonográfico evangélico continuou se desenvolvendo e se beneficiando.

O segundo fator, que coincidiu com esse momento histórico o crescimento populacional de evangélicos no Brasil: denominações como Assembléia de Deus, O Brasil

para Cristo, Evangelho Quadrangular e Deus é Amor cresceram bastante. As demais denominações não pentecostais também apresentaram crescimento durante o período, porém, inferior aos números apresentados pelos pentecostais. Conforme aponta Ricardo Mariano (2004 p. 121), por meio dos Censos Demográficos do IBGE, “os evangélicos perfaziam apenas 2,6% da população brasileira na década de 1940. Avançaram para 3,4% em 1950, 4% em 1960, 5,2% em 1970 (...)”. Esses dados representam um crescimento dos protestantes da ordem de mais de 90% em três décadas, ou seja, a população protestante no país duplicou em trinta anos. Portanto, podemos, grosseiramente, apontar um movimento crescente de um potencial público consumidor de discos associados ao crescimento das igrejas no país. É necessário entender que, paralelamente à ação das grandes gravadoras, já estava se desenvolvendo todo um movimento para a produção, publicação e distribuição de discos evangélicos, elaborado por igrejas e iniciativa particular que, há pelo menos três décadas, se configurava em um circuito, mesmo que incipiente, de vendas de fonogramas.

Foi nesse contexto que as gravações evangélicas de meados dos anos de 1960 e durante toda a década de 1970 se desenvolveram, na cidade de São Paulo, mesmo sendo realizadas, em grande parte, por pequenas gravadoras, selos, igrejas ou empreendimentos particulares e não por grandes empresas do setor fonográfico. O fato é que elas não possuíam – como já mencionamos – total autonomia para que seus empreendimentos pudessem vir à luz. Era necessário algum contato, mesmo que restrito, com as *majors*, fosse para a utilização dos estúdios ou mesmo de prensagem de suas matrizes, ou seja, de alguma maneira o trabalho elaborado por evangélicos passava pela grande indústria de discos. Assim, podemos dizer que o setor também se beneficiou devido às condições impostas pelo momento histórico. De fato, a capital paulista teve destaque devido às possibilidades materiais que nela se concentravam. Havia na cidade um grande número de denominações pentecostais e não pentecostais e gravadoras ligadas à essas, e também concentrava-se muitas fábricas de discos na cidade o que facilitava a produção e atraía muitos artistas e igrejas a produzirem e prensarem o seus produtos em São Paulo.

De acordo com Laan Mendes (1988), muitos discos evangélicos produzidos entre os anos de 1960 e 1970 foram gravados a partir de formatos norte-americanos, em que as canções eram traduzidas para o português, seguindo a parte melódica. Além disso, na parte musical, muitas vezes eram trazidas para o Brasil matrizes prontas, contendo arranjos orquestrados, acrescentando-se apenas a parte vocal. Isso também facilitava as

apresentações geralmente feitas em igrejas, podendo ser utilizado o *play-back* à vontade.

Nas palavras do autor:

Tratava-se de um interessante “macete”, que possibilitava acrescentar à gravação uma roupagem muito mais sofisticada do que aquela acessível pela produção local – com orquestra e tudo – ao mesmo tempo em que permitia a agilização e o barateamento da produção. Para aqueles que almejavam alcançar a qualidade das gravações estrangeiras, que se preocupavam em atender aos padrões técnicos e artísticos do primeiro mundo, o recurso *play-back* importado constituía-se “num grande achado” (Ibid., p. 172).

Como aponta o autor, essa prática no meio evangélico foi bastante utilizada pelos protestantes tradicionais, mas para além de uma prática localizada também foi amplamente explorada pelas *majors* do setor fonográfico. A ideia no caso evangélico era direcionada para a evangelização e no caso de outras empresas direcionado para burlar os impostos uma vez que amortizavam o gasto com músicos e orquestrações (DIAS, 2001). Essa prática, no entanto, se restringia apenas àqueles grupos evangélicos que mantinham ligações com as suas matrizes estadunidenses.

Segundo Elias de Carvalho, a Bompastor foi a primeira a introduzir o *play back* no país, como ele mesmo conta:

A Bompastor foi a primeira gravadora a fazer playbacks. Playbacks são os acompanhamentos originais das gravações, colocados à disposição das pessoas que vão cantar. Porque isso? Naquela ocasião [início dos anos 1970] ,pelo menos, – hoje também, menos – havia uma dificuldade de encontrar músicos que conhecessem músicas novas e as pessoas não conseguiam cantar as músicas com um andamento, com um acompanhamento mais bem feito, mais bem produzido. Quando ela tinha o playback original então ela estava usando da gravação original grande parte, ela só não tinha o cantor original, mas aí o cara cantava. Então, a nível de marketing isso foi muito importante, porque de repente você tinha, no Brasil, mil igrejas e aquele domingo em que alguém ia cantar uma música e a preferência, poxa, já que eu tenho o acompanhamento fica mais seguro, mais gostoso, para eu cantar com um acompanhamento, com uma orquestra, com um coral junto comigo. É alguma coisa como você está em karaokê e alguém tentando te acompanhar (...). Então, isso representava uma promoção. Se você tem uma igreja com trezentas, quatrocentas pessoas, cem pessoas, tinha uma pessoa cantando ali um hino que a Bompastor tinha produzido, e tinham umas cem pessoas sendo abençoadas com aquilo - conhecendo aquela música - e alguns querendo depois ir até a livraria e comprar os discos. Você multiplica isso por trezentas igrejas, por quinhentas igrejas e aí você vai ter um público muito grande que era atingido por essa facilidade, que era você ter um acompanhamento original à sua disposição para cantar. (CARVALHO, 2011)

O depoimento de Carvalho é importante, pois aponta bem a postura de um empresário/fiel e marca a inserção de um importante meio de divulgação de repertório

musical novo, que possibilitava não somente a recepção auditiva, mas a execução de canções com acompanhamento musical ao fundo, facilitando bastante o trabalho com a música dentro de uma grande parcela de igrejas que não possuíam músicos qualificados. Como estratégia de *marketing* agregou um elemento a mais à venda de discos. O fato é que com o passar do tempo essa prática se cristalizou no meio evangélico e até hoje muitos discos são disponibilizados com faixas cantadas e com o playback dessas mesmas músicas.

É interessante verificar, a título de exemplo, que algumas gravadoras como “A Voz da Profecia” – hoje com o nome de “Novo Tempo” e ligada a Igreja Adventista do Sétimo Dia, inaugurada em 1962 e ainda atuante nesse meio – surgiram com produções voltadas para seus próprios membros, a saber, da Igreja Adventista do Sétimo Dia, utilizando-se desse mesmo “macete”. O primeiro grupo lançado por ela foi o quinteto “Arautos do Rei”, que também fazia parte da versão brasileira do ministério de evangelização originado nos Estados Unidos. O grupo em questão apresentava um repertório em português de canções *gospel* norte-americanas, e com a orquestração feita no estrangeiro. Seu estilo também era, no entanto, bem parecido ao de grupos musicais como *Ink Spots* e *The Ravians*, que no meio secular americano tornaram-se amplamente conhecidos entre as décadas de 1940 e 1960, inaugurando o estilo musical denominado Doo Wop¹⁸.

Os modelos importados agiram em consonância com o que vinha sendo veiculado no meio secular, porém atingiam apenas a parcela dominante do PHM, em sua maioria, elementos da classe média urbana. Esse tipo de formato parece não ter feito sucesso no meio pentecostal, mais adequado às classes populares da sociedade e ao seu conteúdo. Mendes (1988) aponta que:

(...) no meio pentecostal o mesmo período foi marcado por uma intensa e crescente produção fonográfica, que justificou a criação de mais de trinta gravadoras – a maioria de pequeno porte – responsáveis por 40% do mercado evangélico. Nesse segmento predominaram os solistas e as duplas; muitas destas, com seus violões e violas, seguem o estilo das duplas sertanejas – cabe registrar que os discos de música sertaneja ocupam uma ampla fatia do mercado fonográfico de música popular (MENDES, 1988, p. 105).

Contudo, os pentecostais mantiveram-se mais adequados às demandas populares, não por serem mais afeitos à música popular, mas por não terem o capital necessário para a troca simbólica dentro do campo, que nesse caso se qualificaria no contato direto com

¹⁸ Esse estilo musical é caracterizado pela sonoridade harmoniosa elaborada por vocais que imitam o som de instrumentos musicais. Para maiores detalhes, cf. Gribin e Schiff, “The Complete Book of Doo Wop”. KP Books, 2000.

outros grupos protestantes fora do Brasil. Ao elaborarem o seu próprio repertório, fizeram-no negando aquilo que no seu entender era mundano e assimilaram o que cabia dentro do seu arcabouço simbólico. Em conversa com alguns pentecostais vinculados a igrejas como a Deus é Amor e Assembleia de Deus, a respeito dos cantores antigos aos quais preferiam, muitos apontaram o trabalho de Luiz de Carvalho, Ozeias de Paula. Esse cantor, vinculado à igreja Batista, fez carreira nesse meio com o seu “violão convertido. Pude constatar, várias vezes, em visita a acervos particulares e até mesmo por meio de conversas com membros de pentecostais com idades entre 60 e 75 anos, muitos discos de Luíz de Carvalho, entre outros cantores não pertencentes às suas denominações.

Grande parte dos pentecostais que migraram para os centros urbanos, provenientes de classes populares e com origem de núcleos rurais (MARIANO, 2005; CUNHA, 2004), apreciavam bastante as canções de artistas solistas vinculados a denominações não pentecostais, como Feliciano do Amaral, da Igreja Congregacional, e Luiz de Carvalho da Igreja Batista, ambos experientes com a música secular popular. Cantores e duplas que surgiram nessa época seguiam a tendência de utilização de elementos seculares e, por não provocar nenhum escândalo, eram amplamente aceitos (MARIANO, 2005).

Nesse sentido, a produção elaborada pela gravadora “Deus é Amor” é bastante interessante. Fundada no final dos anos de 1960 por Araci Miranda, irmã de Davi Miranda – líder da IPDA (Igreja Pentecostal Deus é Amor) –, na cidade de São Paulo, apostou desde o início em gêneros populares como o sertanejo e o forró. Durante todo o período que compreende o final dos anos de 1960 e a década de 1970, a GEDA (Gravadora Evangélica Deus é Amor) lançou e gravou vários artistas solo. Ao visitar a gravadora, situada na rua Conde de Sarzedas, no centro de São Paulo, foi possível confirmar esse dado. As prateleiras de exposição de CD's estavam repletas de trabalhos de cantores, cantoras e duplas. Em conversa informal, uma das atendentes, informou que o público principal da gravadora era composto por membros de igrejas pentecostais como Assembléia de Deus, Deus é Amor, entre outras. Além de vender discos, a loja também aposta na venda de bíblias e outros artigos, como hinários.

Outra gravadora que centralizou seus trabalhos nessa área foi a RDE (Recanto dos Evangélicos), fundada no final dos anos de 1970, pelo casal de cantores e radialistas Tony Silva e Dezuita, e até hoje no mercado lançando cantores do gênero popular. A RDE, também situada na Rua Conde Sarzedas era uma das gravadoras mais procuradas por

pentecostais. De maneira similar a Deus é Amor, além de trabalhar com o comércio de bíblias e hinários, vende instrumentos musicais.

Segundo Laan Mendes (1988), no Brasil, até a década de 1970, existiam cerca de trinta gravadoras. As gravadoras evangélicas, enquanto produtoras de fonogramas, ao que parece, trabalharam principalmente em prol de divulgar a fé cristã por meio de seus produtos, sem com isso configurar uma junção direta entre protestantismo e mercado. As principais gravadoras da época foram: California, Regis, CAVE (Centro Audio Visual Evangélico), Fidelis, Bandeira Branca, Estrela da Manhã, Louvores do Coração, Doce Harmonia, Boas Novas, GEDA (Gravadora Evangélica Deus é Amor), RDE (Recanto dos Evangélicos), Bompastor, Voz da Libertação. Dentre essas, dez estavam na cidade de São Paulo. Esse fato pode ser verificado a partir de um dado apontado anteriormente, a saber, o desenvolvimento das denominações “deuteropentecostais” ou de “segunda onda” partiu da cidade de São Paulo.

Apostando nesse potencial mercado, muitas delas desenvolveram uma postura de sobrevivência com vistas a atender esse público crescente e também ao já integrado, compondo e incentivando artistas em suas gravações independentemente de sua denominação. A gravadora Bompastor, por exemplo, fundada no início dos anos de 1970, por Elias de Carvalho, filho do cantor Luiz de Carvalho, se mantém ativa até os dias de hoje, sendo uma das mais antigas do meio e uma das que mais produziram discos evangélicos. Lançou mais de 1000 títulos de música produzida no país e no exterior. O seu público sempre se mesclou entre os protestantes não pentecostais (sobretudo batistas) e os pentecostais (SOUZA, Z. 2002). Foi sem dúvida uma das gravadoras mais atuantes da época, talvez a que obteve maior destaque, isso sem dúvida devido à própria postura empreendedora do seu proprietário. Em entrevista concedida em outubro de 2011, a respeito de como fundou a Bompastor, Carvalho diz o seguinte:

Meu pai tinha uma gravadora chamada “Boas Novas” e eu ainda bem jovem saía vendendo os discos dele. (...) E eu vendia, vendia bem, viajava, depois eu comprei uma Kombi e viajava pelo Brasil todo. (...) Eu enchia a Kombi de LP’s, saía ia até Recife, de lá já tinha mandado uma outra remessa grande, pegava os discos em Recife ia até Belém, depois voltava fazendo a Belém-Brasília. (...) E assim eu pude através desse trabalho ir conhecendo outros cantores de outros Estados, cantores de valor, pessoas consagradas, pessoas de muito sucesso. Num determinado momento o meu pai vendeu para uma outra pessoa a gravadora e eu fiquei sem o meu emprego que era de vendedor. Então, aí eu criei a Bompastor. Eu contratei vários cantores, contratei cantores de outros Estados como a Denise o Armando Filho (...) Eu conhecia muitas pessoas fora do eixo Rio-São Paulo, com isso eu consegui fazer com que a gravadora ficasse

meio interestadual também e esses novos talentos agregados a boas produções (...) (CARVALHO, E. 2011)

Na fala do próprio Elias de Carvalho verificamos certo cuidado em narrar a sua própria trajetória. O proprietário da Bompastor vincula a sua trajetória como vendedor de discos a de homem de negócios, que ao perceber a oportunidade não exitou em aproveitá-la. Durante a entrevista Carvalho revelou ainda que a contratação de artistas fosse dada pelo talento e não pela vinculação denominacional. O destaque dado ao seu *knowhow* demonstra também que não havia um mercado evangélico a nível nacional. E foi apostando nesse potencial que a Bompastor se estabeleceu no meio evangélico, mantendo o foco no que era produzido no segmento de música não religiosa e investindo na qualidade de suas produções. A respeito da concorrência Carvalho salienta que estas “(...) eram gravadoras, mais caseiras; o dono cantava, ele fazia as coisas e não tinha um profissional para fazer arte das capas, arranjos, bons estúdios (Ibid.2011).” Demonstra com isso que não a divisão do trabalho nessas gravadoras fixava-se na figura do proprietário, responsável por executar múltiplas tarefas.

Entre os gêneros mais difundidos pela Bompastor destacou-se o romântico, músicas com arranjos orquestrados, mas com uma textura bastante palatável ao gosto médio e popular. Entre as outras gravadoras como a RDE (Recanto dos Evangélicos) e Deus é Amor, estavam a marcha, o sertanejo, a guarânia e o forró, eram consumidos homogeneamente pelos pentecostais da época, podemos afirmar que fizeram muito sucesso entre esse grupo social. Alguns dados nos ajudam a fazer tal afirmação.

O primeiro é relativo ao crescimento das denominações e ao grande número de neófitos oriundos das classes populares e de origem de núcleos rurais, com gostos musicais vinculados à música regional e, portanto, de *habitus* específico, ou seja, um “sistema de disposições duráveis e transponíveis que exprime, sob a forma de preferências sistemáticas, as necessidades objetivas das quais ele é produto (...) (BOURDIEU, 1983, p.82)”. O segundo fator pode estar vinculado a questões relativas ao consumo de músicas veiculadas na programação diária das rádios, que, por sua vez eram, em sua maioria, similares aos ritmos acima descritos. José Ramos Tinhorão (1998), quando analisa a questão da divulgação de música no país, aponta algumas pistas para que possamos pensar o processo desencadeado no meio evangélico:

Ora, como a divulgação das produções musicais, para além das salas ou comunidades regionais em que são ouvidas, depende da divulgação pelos meios

de comunicação, principalmente o rádio e a televisão, é a ocupação desses espaços que permite a universalização de sons musicais por todo o território do país e, em certa medida, também por todas as classes sociais. Acontece que, como tais canais de divulgação pertencem a empresários que dividem os espaços em tempo, que é vendido conforme determinados preços o segundo ou o minuto, será esse custo econômico das horas de veiculação das músicas que irá determinar quais, entre todos os gêneros ou estilos produzidos – no país ou no estrangeiro –, os que vão ser ouvidos (Ibid., p. 12).

Para Tinhorão (1998), os gêneros musicais divulgados pelos meios de comunicação são postos em circulação por meio dos acordos comerciais com empresários do ramo transformando-os em sucesso, pois atingem formidavelmente a todas as classes sociais. A música produzida e difundida por pentecostais no país, durante o período, não fugia a essas premissas de mercado e localizava-se dentro da produção capitalista de bens de consumo. Também não escapava a própria dinâmica interna e ao gosto dos ouvintes desse grupo. Ora, tanto os artistas pioneiros, quanto os outros vinculados ao sertanejo e ao *rock*, ao trazerem para dentro do campo elementos seculares ressignificando-os, só o fizeram a partir dos símbolos que já traziam dentro do seu arcabouço simbólico. Ou seja:

Os “sujeitos” são, de fato, agentes que atuam e que sabem, dotados de um senso prático (...) de um sistema adquirido de preferências, de princípios de visão e divisão (a que comumente chamamos de gosto), de estruturas cognitivas duradouras (que são essencialmente produto da incorporação de estruturas objetivas) e de esquemas de ação que orientam a percepção da situação e a resposta adequada (BOURDIEU, 2003, p. 42).

Isso implica dizer que a música, ora religiosa, foi sendo ressignificada, auxiliando na adaptação dos neófitos e na acomodação dos que ali já se encontravam na fé protestante, configurando, desse modo, não um conflito com os ritmos populares, mas sim uma continuidade (MENDONÇA, 1995; SANTOS, 2002). Assim, como apontado anteriormente, em termos gerais, não há uma quebra de sentido com a conversão ao pentecostalismo por parte do fiel oriundo de um catolicismo popular, mas a continuidade de um processo.

Não foi à toa que as gravações de discos elaborados por evangélicos no país tenham seguido a trilha dos programas radiofônicos que, desde a década de 1930, foram incentivando a produção de música evangélica. Esse dado se potencializou com a aquisição de rádios por todo o país, no entanto, não seria exagero dizer que os programas evangelísticos – que inicialmente iam ao ar em faixa de tempo alugado de rádios seculares

e depois passaram a ser veiculados em rádios adquiridas por igrejas ou empresários desse ramo do cristianismo – são os principais veículos de divulgação da música evangélica.

De fato, muitas gravadoras possuíam sempre algum contato com rádios, ou possuíam o seu próprio programa de rádio como foi o caso da gravadora como RDE (Recanto dos Evangélicos), que como conta o pastor da Assembléia de Deus Luiz Armando Quirino, em seu blog, que ganhou o primeiro lugar em um concurso promovido por Tony Silva, proprietário da RDE (Recancanto dos Evangélicos):

Tony Silva (...) no final dos anos 70, apresentava um programa de calouros radiofônico chamado “*Desenterrando Talentos*”, pela Rádio Cacique, de São Caetano do Sul, hoje Rádio Tupi, de São Paulo. Neste programa, Luiz Armando [referindo-se a ele] ganhou o primeiro lugar, e como prêmio teve a participação no disco homônimo gravando a faixa 01, com a participação dos demais concorrentes do programa (ARMANDO, 2009)¹⁹.

O programa alcançava a cidade de São Paulo e parte das cidades da Grande São Paulo e buscava além de revelar novos talentos, garantir a divulgação dos contratados da gravadora. Além desse programa Tony Silva e sua esposa Dezuita, tinham outro programa intitulado “*Peça Seu Hino Preferido*”, que da mesma maneira procurava disponibilizar ao ouvinte a canção escolhida dentre as oferecidas pelo programa, promovendo concursos para eleger a canção maior sucesso.

Outras gravadoras, como a Bompastor, gravavam em estúdio programas radiofônicos promocionais e negociavam as apresentações “em emissoras de rádio, mas não são as grandes emissoras de rádio de ponta”, salienta Elias de Carvalho, mas “(...) nas emissoras pequenas modestas.”. Ainda a respeito da divulgação o proprietário da Bompastor completa dizendo: “Se a gente tivesse o mesmo espaço que a música secular sempre teve, então não tinha espaço para a música secular (CARVALHO, 2011)”.

Dessa maneira, vemos através das apropriações simbólicas feitas pelos agentes dentro do campo que as produções fonográficas se vinculam ao seu campo de ação. As modificações que atuaram no cenário evangélico estariam vinculadas ao *habitus* de classe. Mas essas apropriações são feitas a partir do arcabouço simbólico que estava disponível nesse momento histórico. Dessa maneira, não podemos desprezar a força da indústria cultural como instância catalisadora dessas ações. A título de exemplo, segue abaixo a trajetória de dois dos maiores cantores do meio evangélico brasileiro.

¹⁹ Texto disponível na seguinte página: http://luizarmandoquirino.blogspot.com.br/2009_06_01archive.html

2.3 Os primeiros cantores solo: um modelo popular de sucesso

A partir da introdução de novos elementos dentro do pentecostalismo, surgiu a oportunidade para o afloramento de novas tendências estéticas no universo evangélico do Brasil. No mesmo período em que o êxito da *Cruzada Evangelística* e as igrejas pentecostais cresciam a olhos vistos, ganharam visibilidade cantores que se destacaram no meio, como Luís de Carvalho (1925), Feliciano do Amaral (1920), entre outros que atualmente são referência quando se trata de cantor evangélico.

Em entrevista concedida à pesquisadora Márcia Leite Pinheiro (2006), Feliciano Amaral, ex-pastor batista, na época com 80 anos, fala um pouco de sua trajetória na música evangélica no Brasil, revelando, com isso, detalhes interessantes sobre o cenário da época das primeiras gravações evangélicas no país.

A história do disco no Brasil foi assim. Havia um missionário aqui chamado Willian Hartford Barry. Ele era diretor do Serviço Noticioso Atlas que tinha na Mayrink Veiga, toda tarde, 15 minutos de programa, tocava notícias das igrejas, nacionais e também internacionais. Então, ele pensou em gravar discos brasileiros, discos evangélicos. Ele foi a Belo Horizonte, eu estava no colégio lá. Lá havia alguns cantores: Paulo Valle, Rui Valle, Tarso Valle, Hélio Brasil, Edna Harrington, que é americana, e a figura aqui. Então, juntou aquela gente para cada um gravar um disco e mandaria para os Estados Unidos para junto da Sociedade que sustentava os missionários aqui, a causa de um modo geral. Então, eles mandariam... O Hatford mandaria aqueles discos para eles ouvirem e para saber se haveria condição, se havia elemento para gravar, para montar uma gravadora. Então, foi feito o primeiro disco. Interessante que a máquina que gravava era uma caixinha pequenina. Tinha o pick up de ouvir e para cortar. Era um prato que tinha dois pinos; tinha o pino que contrabalaçava e o outro que puxava. A máquina puxava o pino para rodar (...) então foi feito o primeiro disco, o 35001, era o meu disco. Dois hinos do Cantor Cristão. Comecei com o Cantor Cristão e fui do Cantor Cristão por muitos anos, cantando o Cantor Cristão. Eram só duas músicas: uma de um lado e outra de outro, ele rodava 78 rotações.

Márcia: E a capa do disco?

Feliciano: Era um envelope, sem nada. Só tinha a propaganda da companhia que prensava o disco. Era a Continental. Só o selo que tinha o Atlas. Serviço Noticioso Atlas, o número do disco, a série, as músicas, o cantor e o acompanhamento solo (PINHEIRO, 2006, p. 60).

O momento histórico descrito por Feliciano Amaral (meados de 1940) é bem interessante, pois nos dá uma ideia de como o processo de escolha do artista, repertório, gravação e prensagem dessas produções eram feitos dentro do cenário evangélico brasileiro da época. Se, num primeiro momento, as gravações foram elaboradas por

iniciativas promovidas por gravadoras em busca de repertório específico – no caso canções sacras de grandes nomes da música erudita e também canções natalinas – ou por iniciativa particular e/ou de igrejas – canções em sua maioria oriundas dos hinários, sendo que todas as gravações eram feitas ou por um coral ou por um grupo de vozes, em um segundo momento, como se pode perceber na fala de Feliciano do Amaral, o cenário passou a se abrir para cantores solistas.

Assim como Feliciano Amaral, Luiz de Carvalho foi o primeiro cantor evangélico a gravar um LP em 33rpm no ano de 1958. Ele também foi o responsável por introduzir o violão na interpretação de canções evangélicas. Esse instrumento era visto no meio como profano, sendo ligado diretamente a práticas consideradas incompatíveis com a doutrina protestante (MARIANO, 2005). Como aponta o seu filho Elias de Carvalho:

Luiz de Carvalho – hoje está com 86 anos, foi um dos grandes precursores da música evangélica, num tempo aonde na igreja só havia órgão. Então, o meu pai começou se apresentar nas igrejas com um violão. Mas nem sempre as pessoas achavam que o violão era um instrumento mais adequado para estar dentro daquela coisa sagrada da igreja. Então, até brincavam que o violão do meu pai era o violão convertido (CARVALHO, E. 2011).

Segundo o próprio artista²⁰, Entrevista concedida à revista “Eclésia”, em 2011, em comemoração aos seus 80 anos, o disco gravado em questão foi feito para custear as obras da construção de uma igreja Batista no interior do Estado de São Paulo, e a partir dessa experiência ele se lançou em carreira solo, o que faz até os dias de hoje. Em suas próprias palavras, na mesma entrevista, conta o seguinte:

O pastor Juvenal Ricardo Meyer me fez uma proposta – a igreja pagaria a gravação e a venda dos discos iria financiar a obra. Eu topei na hora e fiz então a primeira gravação, em 78 rotações. Eu ia, cantava e dava meu testemunho. Muita gente se convertia nessas ocasiões. Eram tempos bem difíceis. Mas graças a Deus nunca faltou nada para mim e minha família. Fui um privilegiado por ter gravado o primeiro LP evangélico do Brasil, em 1958, intitulado Boas nova (CARVALHO, L. 2011),

O que é importante verificar que as trajetórias de vida de Feliciano do Amaral e Luiz de Carvalho são convergentes. Tanto um quanto o outro foram músicos que tocaram na noite e posteriormente converteram-se na igreja Batista, mas não pararam de exercer o papel de músicos populares, há sem dúvida uma continuidade biográfica marcante. Além

²⁰ Disponível no seguinte endereço eletrônico: http://www.ecclesia.com.br/revistadet1.asp?cod_artigos=341. (acessado em 20/05/2011)

disso, ligam-se ainda pelo fato de afirmarem ter sido pioneiros nas gravações de discos evangélicos.

Segundo Zilmar de Souza (2002), na trilha de Feliciano do Amaral e Luiz de Carvalho surgiu uma leva de cantores que também se destacaram no meio evangélico, como Ozeias de Paula, Josué Lira, Nilson do Amaral Fanini, Aparecido de Souza, Edgar Martins, Washington Alves, Antônio Bicudo e Sara Araújo, que se considera a primeira cantora evangélica a gravar um disco solo no ano de 1966.

De acordo com o autor, durante os anos de 1960 o cenário evangélico viveu um grande crescimento da sua membresia: muitas rádios foram inauguradas em todo o país possibilitando também o aumento da demanda por fonogramas. De olho nesse nicho de mercado, grandes gravadoras, como a Copacabana, Continental e Ariola, criaram selos para gravação e venda de discos evangélicos e passaram toda essa década contratando cantores – e não mais grupos evangélicos – que se tornaram populares rendendo-lhes uma boa vendagem de discos.

Dentre os cantores contratados pelas gravadoras, os que obtiveram maior renome foram Luís de Carvalho (CBS), Ozeias de Paula (Estrela da Manhã), Josué Lira (CBS) e Nilson do Amaral Fanini (Boas Novas). Eles, além de serem bons vendedores de discos, contribuíram, com suas gravações, para abrir caminho ao surgimento de toda uma gama de novas gravadoras evangélicas. Muitos desses cantores gravaram discos financiados por igrejas ou foram contratados por essas pequenas gravadoras. Quando se tratava de selos, era necessário alugar estúdio, equipamentos e técnicos de som. Para as chamadas pequenas gravadoras, esse processo era facilitado quando possuíam estúdio próprio, como o caso da Estrela da Manhã, onde foi gravado o primeiro disco de Ozeias de Paula, “Cem Ovelhas” em 1973. Essas gravações eram elaboradas de maneira precária, geralmente disponibilizava-se um microfone no centro da sala onde cantor, *backing vocals* e acompanhadores se reuniam a sua volta. Mesmo havendo algumas diferenças no processo de gravação das músicas, fossem estas feitas em estúdio alugado ou em estúdio próprio, a questão é que a prensagem do material final sempre passava pela fábrica das grandes gravadoras (Ibid, 2002).

Não é difícil imaginar, portanto, como durante os anos de 1960 e 1970 alguns cantores evangélicos não passaram despercebidos e foram sendo contratados pelas *majors* e assim divulgados no modelo “cantor solo”, consagrando esse estilo no meio protestante brasileiro. Seguindo a trilha de vendas impulsionada por Luiz de Carvalho, a CBS

contratou o cantor Josué Lira. Na outra ponta, a Copacabana criou um selo evangélico (VICENTE, 2001), inaugurando assim um segmento rentável de vendas de discos. No entanto, os discos evangélicos produzidos no período eram comercializados em estabelecimentos especializados em produtos religiosos, tais como livrarias e igrejas. O público consumidor constituía-se praticamente por evangélicos de várias denominações, o que praticamente aconteceu até meados dos anos de 1990.

Na realidade, a entrada de alguns em gravadoras de grande porte, ao que parece, serviu para consolidar a figura do cantor solo no meio evangélico e difundir mais intensamente os ritmos profanos, tais como o bolero e as marchas, dentro do cenário evangélico.

Grande parte desses cantores cantava ao estilo do que era popular em sua época, lembrando muito o estilo de cantores seculares como Nelson Gonçalves²¹, Altemar Dutra e outros que fizeram bastante sucesso entre os anos de 1960 e 1970. Aliado a isso, estilos musicais mais ligados à vida rural, como modas de viola e o forró, ganharam espaço no meio pentecostal. Surgiram duplas caipiras, ao estilo das duplas seculares, cantando com suas violas e utilizando vários formatos consagrados no meio, como a narração de casos – que na maioria das vezes traziam alguma narrativa de conversão – ou desafios.

Muitos desses cantores foram apreciados, em grande medida, por várias denominações evangélicas, em especial, por pentecostais que se converteram já adultos e, assim como a maioria dos cantores solistas, não trouxeram toda uma “bagagem” encerrada em seu *habitus* para dentro do campo (BOURDIEU, 1983). Isso pode ser explicado

As inovações trazidas por eles refletem um pouco as novidades estéticas e tecnológicas que o período experimentou tanto dentro do meio evangélico quanto fora dele – como apontaremos no próximo capítulo. Em outras palavras, podemos verificar que ao entrarem novos atores no cenário evangélico brasileiro, com toda uma visão de mundo vinda de “fora”, novos elementos simbólicos foram inseridos, gerando com isso outras maneiras de se produzir e gravar músicas evangélicas, porém, sem que com isso fosse comprometido o núcleo teológico das canções e o seu papel evangelístico.

²¹Nelson Gonçalves foi um dos mais populares cantores do Brasil, iniciou a sua carreira na década de 1940 e seguiu até praticamente a sua morte, em 1998. Como artista fez enorme sucesso no rádio durante essa década e a seguinte, sendo apelidado “Rei do rádio”; influenciou muitas gerações de cantores e vendeu mais de 75 milhões de cópias de discos ao longo de sua carreira, perdendo somente para Roberto Carlos, com 120 milhões, e Tonico e Tinoco, com 150 milhões.

2.4 A juventude não pentecostal e os pentecostais: contribuições para produções fonográficas das novas gerações

Em um plano de mudanças culturais profundas ocorridas dentro e fora do país durante o final dos anos de 1960 a meados dos anos de 1970, a estética evangélica brasileira tendeu a não sair ilesa, embora se verifique que houve crescimento denominacional no período, sobretudo entre os pentecostais (MARIANO, 2008). Esse crescimento trouxe um trânsito de pessoas com visões de mundo diferentes para dentro do campo. É, portanto, dentro desse contexto que, ao seu modo, os protestantes passaram a assimilar alguns dos elementos de fora tendendo, com isso, a proteger o seu núcleo teológico (CUNHA, 2004).

De acordo com Maria Celeste Mira (2008), dentro de um contexto internacional – iniciado pelos EUA e posteriormente Grã-Bretanha –, desde o pós-guerra os jovens passaram a angariar maior atenção de psicólogos entre outros profissionais. Os estudos empreendidos centravam seus esforços em entender a “cultura pop” que tanto atraía os *teenagers* de várias partes do mundo. Novos estilos de vida e de música, assim como cinema e outros produtos inseriam o jovem de vez como um consumidor em potencial. Nesse sentido, a autora aponta que o surgimento dessa cultura estaria associado às transformações na estrutura da família, não só em questões de gênero, mas também na ordem material. Em um cenário mais próspero, os pais puderam gerar melhores condições de vida a seus filhos. Com isso, muitos jovens passaram então a poder gozar de mais tempo e dinheiro, uma vez que não precisavam mais ajudar nas despesas domésticas.

Mas não é só isso. De acordo com Mira (2008), os jovens passaram a protagonizar vários movimentos – liberação sexual, estudantis, *hippie*, entre outros – durante esse período em que a marca da contracultura desafiava o *establishment*. Essa postura possibilitou à juventude tornar-se um “(...) ‘agente social’ presente nos acontecimentos políticos das décadas seguintes e portador de uma cultura própria” (ibidi, p. 152). Essa cultura juvenil espalhou-se pelo mundo entre os jovens de classe média e, ao mesmo tempo em que tomava contato com outros elementos culturais e estéticos, assimilava-os — principalmente em se tratando de música —. Dessa maneira, transformou-se em “cultura jovem global”, com os seus estilos e de vida e seus ideais de liberdade, com suas escolhas estéticas, prontas a gozar plenamente a “cultura de massa”. Diz a autora:

Assim, uma das características mais impressionantes da cultura jovem é a sua vocação para o entretenimento. (...). Além do cinema, do rádio ou da tevê, as novas tecnologias de distribuição de sinais proporcionarão aos jovens experiências culturais simultâneas em diferentes partes do mundo. Portanto, no caso dos segmentos jovens no mercado de consumo, a globalização já é um pressuposto. Ao longo de sua evolução, as ideias de liberdade e rebeldia estarão sempre presentes, bem como a sua relação imediata com o consumo, a publicidade, as pesquisas de mercado, as técnicas de marketing. (ibidem, 2008, p.153)

Essa cultura fortemente calcada no consumo e no prazer, dentro do contexto protestante internacional e brasileiro, gerou muitas reações. No plano internacional, além das represálias e a habitual condenação feita por igrejas e seus seguidores, entrou em cena o chamado “*Jesus Moviment*”. Surgido no estado norte-americano da Califórnia no auge do movimento *hippie*, essa corrente buscava evangelizar justamente essa população, os jovens. A sua estratégia principal era flexibilizar a doutrina das igrejas, de modo a adequar o jovem e sua cultura a realidade das igrejas protestantes. Essa proposta passou a ganhar terreno e influenciou muitas igrejas e grupos paraeclesiais em adotar uma postura específica no tratamento com os jovens, seja dentro ou fora de seu círculo (CUNHA, 2004).

No Brasil, esse novo modo de lidar com o jovem veio ao encontro das necessidades do momento vivido pelas igrejas protestantes não pentecostais. Segundo Cunha (2004), haviam amplamente se alinhado à ideologia disseminada pelo governo militar instalado no país desde 1964, sendo assim, passaram a proibir os membros de suas igrejas de qualquer associação, ou vinculação com qualquer grupo considerado subversivo. Na lista de proibições estavam muitos elementos da cultura jovem. Com isso, uma grande parcela de jovens, descontentes com a postura tomada pelos dirigentes das igrejas e atraídos pela “cultura pop”, gradativamente foram abandonando as suas denominações. Algo deveria ser feito, ou seja, a flexibilização deveria ser buscada ou correr-se-ia o risco de deixar a juventude pertencente ao quadro das igrejas não pentecostais à mercê de qualquer tipo de influência. Dessa feita, muitos pastores passaram a adotar e a tentar criar mecanismos que se adequassem ao gosto dos jovens. Assim, tevê, música, jogos e até cinema puderam ser admitidos e tolerados, desde que controlados e vigiados de perto pelos pastores e pelos pais.

Segundo Cunha (2004), “Nesse contexto surgiram os grupos musicais jovens brasileiros, que produziram canções mais elaboradas que os ‘corinhos’, não para cântico congregacional, mas para serem ouvidas e introjetadas.” (Ibid, p. 128). Os conjuntos

jovens compuseram muitas canções que foram inseridas no momento dos cultos – esses conjuntos eram como uma forma atualizada e jovem do consagrado canto coral. Muitos grupos surgiram dentro desse formato, entre os mais populares estão Comunidade S-8, Palavra da Vida, Grupo Elo, Vencedores por Cristo e Jovens da Verdade.

Para ilustrar melhor como esses grupos eram organizados, é interessante verificar o exemplo dos dois últimos mencionados. A escolha não é fortuita, na medida em que geram elementos para o entendimento do panorama do contexto no país.

Segundo Vicentini (2000), o VPC surgiu em 1968, a partir do grupo missionário de mesmo nome, fundado pelo pastor missionário americano Jaime Kemp, vinculado à SEPAL (Serviço Para Evangelização da América Latina)²². A intenção do pastor era disseminar a palavra de Deus entre os jovens de maneira alegre e descontraída fazendo da música, nesse caso, o elemento central. Foi com isso em mente que ele buscou, entre as várias denominações protestantes (presbiterianos, metodistas e batistas), os jovens com intuito de formar novas lideranças para evangelização. Ao mesmo tempo em que tomou corpo, o grupo se fortaleceu e dele emergiu a banda VPC, gravando e lançando no mesmo ano um compacto triplo, de maneira independente. Até o ano de 1970, foram lançados mais cinco compactos triplos de maneira independente, com um repertório composto por versões de músicas evangélicas norte-americanas.

O gênero musical “corinho” foi unido à linha rítmica do *rock*, ritmo esse preferencialmente tocado pelo trio: guitarra, contrabaixo e bateria. As gravações dos discos do VPC eram feitas sempre nas duas últimas semanas de treinamento, e a banda sempre era organizada a partir da equipe treinada, mudando com isso a cada ano. Um estúdio era alugado e lá gravavam um repertório composto, em sua maioria, de versões de músicas evangélicas norte-americanas. A qualidade artística nem sempre era das melhores, mas isso não impedia a boa vendagem dos discos que giravam sempre em torno das 10 mil cópias. Com o dinheiro da venda pagavam-se as despesas e financiavam-se novos projetos (MENDES, 1988; VICENTINI, 2000). Essa iniciativa gerou a possibilidade do grupo VPC também se tornar, além de gravadora, distribuidora de produtos evangélicos, como bíblias e livros sob empresa de mesmo nome.²³ Laan Mendes de Barros (1988, p. 129) assegura

²² Hoje essa organização paraeclesial denomina-se Servindo Pastores e Líderes e atua no país desde a década de 1960.

²³ No web site do grupo, disponível no seguinte endereço eletrônico: <http://www.vpc.com.br/website/default.asp>, é possível verificar que o VPC extrapola qualquer intenção musical. O grupo atua em várias frentes de evangelização: dá cursos e consultorias, ministra palestras por

que “Tal metodologia de trabalho provocava um efeito multiplicador. Raras eram as comunidades que não mantinham seu conjunto jovem nos moldes dos VPC – alguns existem até hoje”. As apresentações do grupo eram feitas em praças e igrejas (quando autorizadas) e outros espaços públicos sempre no formato música, pregação e testemunho²⁴. Nesses locais, na maioria das vezes também eram vendidos os discos produzidos.

Nessa trilha, outro grupo musical é digno de nota, devido ao seu simbolismo e alcance entre os jovens da época. O grupo Jovens da Verdade surgiu também em 1968, como um grupo paraeclesial, com atuação bem parecida ao VPC e partilhando do mesmo esquema de letras estabelecido dentro do núcleo teológico e com proposta musical também focada no *rock*. O próprio nome da banda é sugestivo, pois, guarda em si alguma alusão o termo Jovem Guarda, fazendo-nos supor que, além dos Jovens da Verdade, havia outros jovens não comprometidos com a verdade. E não é só isso: se pararmos para pensar um pouco sobre o que evoca a palavra verdade, verificaremos que ela traz consigo toda uma carga simbólica que qualifica os portadores de tal nomenclatura – leia-se jovens evangélicos – como mais próximo de Deus e, portanto, longe da vida “mundana”. De todo modo, dadas as devidas proporções, é possível traçar alguns paralelos entre os grupos jovens evangélicos que surgiram na época e o cenário secular de *rock* no país.

Em ambos os grupos, as propostas musicais focalizam o jovem como ator principal, seja como agente ou agenciado. O fato é que a ele foi dado um papel preponderante no sistema de trocas simbólicas empreendidas no meio secular e no meio evangélico. A música veiculada tanto pelo VPC quanto pelo JV, qual seja, o *rock*, tem um público bem parecido: jovens de classe média, moradores de cidades, inseridos em uma concepção de mundo individualista e com poucas preocupações com os problemas sociais de sua época. Não se quer dizer com isso que essa tendência fosse homogênea, porém cabe alertar que era um dado prevacente à época entre os protestantes não pentecostais.

Vale lembrar que as inovações que ocorrem nesse meio estão ligadas profundamente às mudanças ocorridas também no plano socioeconômico e ideológico da

todo o país, além de manter as equipes de treinamento.

²⁴ Lenice Amélia de Sá Martins (2007) aponta que Os “testemunhos” são relatos de graças recebidas pelos participantes da assembleia ou por pessoas de seu conhecimento. Efetuados, não ordinariamente, no interior dos Encontros Semanais de Oração ou de outros eventos extraordinários (Retiros Espirituais, Rebanhão, Congressos etc.), eles funcionam como instrumento da crença no plano divino. O seu efeito é, por conseguinte, o crescimento na fé. É comum, por exemplo, que diante de um testemunho de conversão de vida ou de cura de alguma doença grave, pessoas sem compromisso religioso façam opção pelos valores evangélicos.

época difundida pelo Estado brasileiro, durante o período, se alinhava bem à postura conservadora das denominações protestantes não pentecostais e, em parte, com as religiões pentecostais. Nesse sentido é preciso atentar para o papel que a música desempenhou dentro do meio evangélico daquela época: agiu em favor da conservação dos valores e visão de mundo protestante que, ao invés de extirpar por completo as formas que se contrapunham aos seus preceitos, se valeu das inovações para manter a sua reprodução.

A análise de Laan Mendes de Barros (1988) sobre a questão verifica esse alinhamento a partir da leitura dos textos das contracapas de discos do grupo VPC e também em algumas canções da cantata “Boas Novas”, em que percebe a utilização de palavras de ordem e de ênfase patriótica. Como parte da estratégia desenvolvida pelas denominações protestantes (presbiterianos, batistas e metodistas) para atrair de volta os jovens desgarrados, segundo o autor, a solução encontrada por pastores não pentecostais, além da adequação aos temas jovens, foi permeada também pela cooptação da juventude. Ao serem incentivados a se expressarem, também eram incentivados a partilhar da ideologia nacionalista divulgada pelo governo militar. “Daí, a boa aceitação daquela nova forma de expressão da juventude, pois ela era necessária – desde que “bem comportada” – para a manutenção da igreja” (Ibid. p. 130). E isso podia ser visto de maneira clara no conteúdo das mensagens divulgadas, por exemplo, na contracapa do 4º disco do VPC que ao nosso entender é bastante reveladora e servem para ilustrar o que foi argumentado anteriormente:

NINGUÉM SEGURA ESSE PAÍS!

Envolvida por essa onda de patriotismo, a equipe de Vencedores Por Cristo, em julho de 1970, deixou a capital paulista para uma visita a regiões de Minas, Espírito Santo, Guanabara e Vale do Paraíba-SP.

Muitos foram influenciados pela mensagem desses jovens e pela sua alegria contagiante, fruto de uma vida cristã genuína.

Cada elemento da equipe voltou com uma visão maior e mais real do campo de ação do cristianismo, desafiado para uma nova dedicação e com as energias renovadas para uma atuação mais efetiva em sua própria igreja.

Com possibilidades amplas e com a potência que o Brasil oferece nesta área, o slogan também é parte de Vencedores, portanto: NINGUÉM SEGURA VENCEDORES POR CRISTO! (ibid. p. 130)

Verifica-se dessa maneira um alinhamento com o regime militar, que se exacerbava também com a cultura de massa sob os auspícios da Jovem Guarda, os conjuntos musicais estavam inseridos dentro da lógica do sistema. Em outras palavras, fica claro que havia um afinamento entre setores dominantes do protestantismo no Brasil com a ideologia do

Estado brasileiro e, por conseguinte, com a de mercado – mesmo sabendo que a idéia de comércio é rejeitada, pelo menos no âmbito discursivo –, configurando-se, assim, como hegemonia dentro desse campo, é importante para a análise que se traça aqui apontar também as contrapartidas do movimento contra-hegemônico que se desenvolveu dentro do campo. É importante ressaltar que esse alinhamento não resultou apenas de uma postura conservadora, mas é o resultado do posicionamento religioso. Em outras palavras, a questão vincula-se ao fato de que na visão da maioria dos evangélicos quem está no poder, está por vontade divina, devendo ao crente orar para que este venha a ser um bom governante. Por outro lado, foi durante esse período que após os embates entre igreja católica e o governo militar, muitos evangélicos viram a oportunidade e aliaram-se às políticas do governo militar com vistas a conseguirem concessões de meios de comunicação (FREESTON, 1993).

No entanto, houve na década de 1970, como descreve Cunha (2004), um movimento ecumênico que visava criar um repertório de música cristã brasileira centrada nas raízes populares autóctones. Esse movimento se parecia com a corrente da Teologia da Libertação que, durante o período, ganhou muito espaço no seio da igreja católica latino-americana, mas que angariou poucos adeptos no protestantismo, justamente por estes serem, em sua grande maioria, contrários a questões de inserção ao plano social e político. Tanto a proposta musical melódica quanto as letras que saíram desse movimento alocavam questões relativas ao cristianismo e à realidade social do país. Temas como opressão e desigualdades sociais, ressaltando sempre a qualidade dos ritmos e melodias populares como o xaxado, foram alvo das preocupações de tais composições.

Essas canções que foram escritas dentro do contexto sociocultural vivido no país durante esse período foram reunidas em uma compilação que resultou no hinário ecumênico “Canção Nova”. A penetração dessa coletânea de canções dentro do campo evangélico foi marcada por resistências e preconceitos com relação ao conteúdo das letras, ritmos e melodias. Com isso, deram-se de forma lenta e desigual, justamente por se aliar a temas tão polêmicos dentro do protestantismo, quais sejam: a associação do engajamento político e temas relativos à cultura popular. Diante disso, no protestantismo, esse cancionário foi pouco utilizado causando o seu gradual abandono (CUNHA, 2004).

É importante notar, portanto, que dentro do campo protestante houve pouco espaço para esse tipo de canção e para posturas que buscassem alinhamento com ideais de libertação. Mesmo que alguns anos depois houvesse maior espaço para a utilização de

ritmos brasileiros dentro do cenário evangélico, não se verifica que as letras passassem a pensar o social, ao contrário, o conteúdo das letras permaneceu vinculado ao discurso protestante. Isso se deu, de certa maneira, devido à própria dinâmica do imaginário protestante de se identificar com ideais voltados mais a planos individuais, favorecendo um esvaziamento da ordem política vinculada a questões sociais, o que certamente auxiliou o ajuste com a ordem vigente.

Vale ressaltar, contudo, que no decorrer da década de 1970 a MPB também se fez presente no meio evangélico, não aos moldes da “Canção Nova”, mas ao estilo do que era corrente à época. Tanto a parte musical, com arranjos mais sofisticados, quanto às letras, com poética mais intelectualista, ganharam com o passar dos anos mais elaboração. Mas não somente nas canções aconteceram mudanças significativas. Visualmente as capas de discos também passaram a conter o traço da preocupação estética, tornando-se mais “modernos” e graficamente mais chamativos. As novidades que circulavam dentro do campo protestante da época aqui considerada demonstram que havia todo um esforço de ressignificação dos símbolos considerados mundanos, retirando-os de um pólo de negatividade e positivando-os dentro do campo como elementos a serviço do discurso religioso.

Essas mudanças estéticas ganharam muito espaço no meio protestante, principalmente nas igrejas protestantes não pentecostais e do seu entorno, como veremos adiante. Serviram de base para que, de um modo geral, fosse possível o fortalecimento do cenário musical. Dito de outra forma, o cenário evangélico de música era ainda incipiente, não havia a exploração em larga escala da música e a aproximação com ritmos populares era feita experimentalmente. Consta-se ainda que esse período acumulou grande efervescência com relação à proliferação de estilos musicais, no qual o *rock* se apresenta de maneira paradigmática, mas não a ponto de pôr em xeque o discurso protestante; ao contrário disso, ele acaba por afirmar tal discurso. De fato, a apropriação dos modelos veiculados na sociedade de massa foram resgatados e ressignificados atuando de maneira bastante eficaz dentro do meio evangélico, fazendo circular “entre muros” muitos de seus modelos, mas, ainda assim, não havia possibilitado a integração em um mercado comum de bens culturais. Isso por conta de posturas relativamente sectárias que dificultavam que as mensagens não seguissem um rumo mais fluido entre os grupos evangélicos. Mesmo na cidade de São Paulo, com um grande número de igrejas pentecostais e não pentecostais, muitas vezes o intercâmbio de artistas foi pouco intenso, obedecendo a lógica de um

pequeno circuito formado apenas por igrejas da mesma denominação.

Contudo, com a popularização de muitos desses ritmos, a partir dos usos que deles se fazia pelas entidades não denominacionais e também dentro das igrejas, seguiu uma espécie de calma nos embates em relação à música na década seguinte. Durante os anos de 1980, poucas novidades surgiram dentro do cenário musical evangélico que fossem além do introduzido na década de 1970. Em termos gerais, os ecos dessa década reverberaram na década seguinte. Segue os pontos principais que marcaram esse período:

- Crescimento populacional das denominações pentecostais em consonância com a urbanização e industrialização da cidade de São Paulo;
- Utilização massiva de rádios para a veiculação de mensagens evangelística, ajudando a ampliação da produção e divulgação de discos, porém apenas localmente;
- Iniciou-se em São Paulo uma rua de comércio de produtos voltados para evangélicos e com ela foram inauguradas novas gravadoras;
- Criação de uma música popular voltada ao público evangélico, produto direto dos corinhos e da ação dos grupos jovens, surgindo um recorte de classe entre os consumidores de música voltadas para o público evangélico.

2.5 Transição: produções evangélicas e o cenário da indústria fonográfica dos anos de 1980

Na virada dos anos de 1970 para 1980, tanto a música elaborada pelos círculos pentecostais, como o *rock* e a MPB difundidos pelos conjuntos jovens consolidaram de vez os modelos rítmicos. Modelos esses já consagrados no meio popular, criando mitos e sedimentando um meio de exploração econômica eficaz. Na década anterior, o que se mostrava em um pequeno mercado, agora apresentava contornos mais fortes, porém ainda não plenamente consolidado.

Nos anos de 1980, havia cerca de quarenta gravadoras evangélicas no país (VICENTE, 2002). Um crescimento da ordem de mais de 30%. As principais gravadoras da época foram, segundo Zilmar Rodrigues de Souza (2002, p. 53),

Boas Novas, GCS (SP), Favoritos, Louvores do Coração (SP), Bandeira Branca (RJ), Rocha Eterna (RJ), Novas de Paz (SP) Som Evangélico (PE/SP), Califórnia – que já atuava desde 1959 no mercado fonográfico brasileiro – Continental, Arca Musical (RJ), Estrela de Belém (SP), Sonoros Evangélicos, Estrela da Manhã de Florianópolis (SC), pertencente a Matheus Iensen, proprietário da Rádio Murumbi, e, por fim, a JUERP (RJ) – Junta de Educação Religiosa e Publicações.

Dentre essas gravadoras vinte estavam localizadas na cidade de São Paulo. O autor aponta que a maioria dessas gravadoras não possuía estúdio próprio e, dessa maneira, alugava estúdios profissionais para as suas gravações, denotando assim que se beneficiava das mesmas tecnologias de gravação que os artistas populares (SOUZA, 2002, p.53). Algo que ganhou destaque no meio, a profissionalização nas gravações, resultou em um produto melhor acabado e mais afeito às “normas do mercado” de discos, inserindo, com isso, a música elaborada por evangélicos no país no processo de globalização e mundialização de mercadorias. Na cidade de São Paulo destacou-se a atuação da gravadora Bompastor que soube aproveitar muito bem da rede de estúdios profissionais, para gravar os seus artistas, e de um aparato de divulgação amparado na divulgação radiofônica e nas apresentações de seus artistas em igrejas.

Até o final dos anos de 1970 e início dos anos 1980, a questão do consumo de música evangélica seguia mais fortemente o que era pregado por suas igrejas como sendo de bom tom – não que isso tenha sido superado totalmente – e de acordo com a doutrina seguida em cada igreja (CUNHA, 2004). A classe social podia ser verificada a partir da música que cada grupo elaborava. Por exemplo, enquanto os pentecostais – grupo de predominância de membros das classes baixas – produziam um repertório ligado a sonoridades populares, evangélicos não pentecostais – em sua grande maioria de classe média – produziam canções a partir de um repertório musical estrangeiro de matrizes européias e norte-americanas, ou em alguns casos havia uma aproximação com os gêneros da MPB, como a bossa nova. Essa situação passou a ser relativizada com a abertura de um mercado de música com o foco comercial claro visando o crescimento numérico. Os anos de 1980, nesse sentido, foram expressivos, pois, durante essa década, artistas, bandas e gravadoras começaram a se profissionalizar, configurando o cenário musical protestante em um ramo altamente lucrativo. Essa situação particular ocorreu apesar do clima de crise que assolou a indústria fonográfica no país durante o período e se deu, em parte, a partir da flexibilização da doutrina proposta pelas novas igrejas evangélicas denominadas neopentecostais.

De acordo com Ricardo Mariano (2005), a chamada Teologia da Prosperidade se espalhou pelo cenário evangélico a olhos vistos. Durante essa década, igrejas como a IURD (Igreja Universal do Reino de Deus), fundada em 1977 por Edir Macedo e RR. Soares cresceu significativamente. Esse assunto será discutido melhor no próximo capítulo, mas cabe apontar que a característica principal dessas igrejas são estratégias agressivas de evangelização, ganhando destaque a *guerra espiritual* contra o Diabo e seus representantes na terra, a prosperidade financeira, a pregação de que o fiel deve ser feliz e próspero, saudável e vitorioso em sua vida, seja financeira, seja profissionalmente. Em um cenário socioeconômico desolador, a crise pós-milagre brasileiro, muitos se viam desamparados. Sem poder acreditar que as medidas propostas pelo Estado brasileiro pudessem resolver os problemas cambiais e políticos do país, essas denominações ganharam espaço. Em 1980, segundo o IBGE, a população evangélica do Brasil já somava 9% da população do país e estava em franca expansão. Dentre as filiações que mais cresceram estavam os pentecostais que, como nenhum outro grupo, soube aproveitar de maneira eficiente o quadro socioeconômico e político dos últimos anos (MARIANO, 2004). De acordo com o autor, a grande população dessas igrejas desde a sua expansão é formada por pessoas de baixa renda e com pouca escolaridade com números superiores à média nacional. A outra parte já em franca formação, surgida a partir do final da década de 1970 com a Igreja Cristo Salva e posteriormente com o surgimento da Igreja Renascer em Cristo – e é esta que traz consigo as grandes modificações no campo protestante – é composta por pessoas com nível de escolarização maior e de nível aquisitivo mais alto. Seu perfil destoa da maioria dos pentecostais, mas se aproxima da média observada entre. Além disso, o tratamento dado aos jovens e sua cultura foi amplamente explorada, traduzindo-se em *slogans* e marca registrada como “Cristo Salva”, que ficou famosa com os “Atletas de Cristo”. Mas esses fatores internos não são suficientes para apontar as mudanças no cenário da produção de discos evangélicos no país. É necessário verificar quais foram os fatores externos que possivelmente contribuíram para que esse quadro pudesse ser composto.

O mercado de discos no Brasil em 1980 era oposto ao quadro verificado na década passada, que apesar da crise do petróleo ter ocasionado retração nas vendas de discos, este rapidamente se recuperou e assumiu um grande crescimento (DIAS, 2000). Mergulhado em uma crise econômica que em nível mundial representou uma grande recessão, agravava-se o fato de que o país amargava taxas de inflação exorbitantes e uma dívida

externa de porte colossal, ocasionando a retração de poder de compra sobretudo da classe média, principal consumidora de discos (VICENTE, 2001).

A crise na qual a indústria fonográfica do Brasil adentrava era sem precedentes em sua história. Márcia Tosta Dias (2000) aponta que houve no período um processo de aquisição empreendido pelas grandes gravadoras em detrimento das de médio e pequeno porte, gerando assim uma situação de concentração de mercado nas mãos das *majors*. Mas não foram só as pequenas empresas atingidas pela crise. Segundo Vicente (2001), a empresa Ariola, de origem alemã e ligada ao grupo Bertelsman, que se instalou no país em 1979, investindo maciçamente, contratando produtores e artistas brasileiros de renome, viu-se inviabilizada em seu retorno financeiro ocasionado pela situação específica do mercado brasileiro de discos e o momento econômico do país, forçando sua saída do mercado brasileiro. A absorção de seu catálogo foi feita pela Polygram em 1981.

A situação, segundo Vicente (2001), levou muitas empresas a demitirem grande número de funcionários e a buscarem ações estratégicas de associação com outras empresas, cortando departamentos e adotando, assim, uma postura de corte de gastos. A crise deflagrava um acirramento no processo de racionalização experimentado durante a década passada que, com o crescimento do setor, deu conta de proporcionar experimentos e manutenção de *casts* estáveis, sustentados pelas vendas dos sucessos. Esse quadro de crise levou-as a concentrarem-se nos lucros, sem mais investirem em possibilidades. A lógica que passou a reger a mentalidade empresarial do setor foi a de apostar em *casts* menores que pudessem ser explorados com resultados mais eficazes. Assim, cada contratação era avaliada por seu potencial de venda e não por seu potencial artístico. Com isso houve uma mudança na estrutura administrativa das empresas. O departamento comercial passou a gozar de uma posição de destaque em detrimento do departamento artístico. Agora, importava dizer que o bom artista seria aquele que tivesse o melhor *marketing*, ou seja, aquele que fosse um bom vendedor de discos

Foi assumindo esse tipo de postura que muitas gravadoras passaram a apostar, além da retração no seu *cast* de artistas, também no lançamento de coletâneas de discos mais baratas e principalmente em uma estratégia de busca por suprir novas demandas do mercado.

A busca pelo mercado mais popular e pela regionalização do consumo – aliada à redução da eficácia comercial da MPB e à necessidade da redução dos custos de produção e dos cachês artísticos – acabará rompendo a divisão do mercado entre discos econômicos e sofisticados estabelecida ao longo da década anterior

[1970], levando a uma intensificação ainda maior dos conflitos entre empresas. Ao mesmo tempo, a presença mais determinante do marketing – associada à necessidade da exploração de novos nichos de mercado – levará a uma racionalização ainda maior da produção, bem como à criação de produtos objetivamente voltados ao atendimento de novas faixas de consumo, com restrição ainda maior dos espaços para criatividade e a experimentação. Ao longo da década, as exigências desse novo cenário terão respostas (...) através da priorização de segmentos musicais como o *popular-romântico*, o *sertanejo*, o *rock* e a *música infantil* (VICENTE, 2001, p. 95-96).
(Grifos do autor)

Essa postura do setor fonográfico é sintomática. As contratações deveriam, a partir dessas concepções, foca-se em artistas que pudessem ser vendidos rapidamente. É interessante verificar que as contratações de artistas evangélicos foram feitas seguindo essa lógica empresarial. O grupo Rebanhão, que já se destacava no cenário evangélico desde 1981, quando lançou o disco “Mais Doce que o Mel” pela gravadora evangélica Doce Harmonia, foi contratado pela gravadora Polygram por meio do selo Evangélico Especial, que contratou ainda Oséias de Paula, contratado pela Ariola-Barclay, posteriormente passada para a Polygram em 1984, que vendeu cerca de 30 mil cópias do LP “Tens” naquele ano (MENDES, 1988, p. 52). Além dessas duas aquisições, foram contratados pela gravadora os cantores Alfonso Augusto, Álvaro Tito, David Montenegro, Eduardo Silva, a cantora Jacira, e a dupla Edson e Telma. A Polygram divulgou os novos contratados no Brasil pela revista “Veja” e no exterior na revista “Billboard”. Dessa investida renderam boas cifras para a gravadora. A título de exemplo podemos apontar que os discos de Edson e Telma tiveram uma tiragem de cerca de 50 mil cópias, segundo Telma, e o cantor Álvaro Tito alcançou a marca dos 200 mil discos vendidos (SOUZA, 2002, p. 55).

No ano anterior, em 1983, uma matéria da revista *Veja* divulgava os números de vendas de alguns artistas como Luiz de Carvalho e Denise, juntos anualmente vendiam mais de 180 mil discos, ultrapassando ou igualando a venda de discos de artistas populares. A matéria destacava que o setor despontava como um nicho de mercado que praticamente não tinha crise. A gravadora evangélica Bompastor, dona do contrato dos dois artistas citados, continuava com uma boa presença no mercado, lançando e apostando em “novidades”, como atesta Elias de Carvalho, proprietário da gravadora, na mesma matéria: “o evangélico é um crente que está sempre querendo ouvir ou ler algo mais sobre a sua fé” (CARVALHO, E. 1983). De fato, a centralidade da “Palavra” é uma das características principais da cultura evangélica e a música, como apontado no capítulo anterior, agrega às diversas sonoridades que, em um sentido geral, liga o crente ao divino, através da emoção

do *testemunho*. A venda de discos, assim, também foi obedecendo a própria centralidade da música como elemento simbólico.

Vemos, com esses exemplos, que a crise do setor fonográfico do Brasil não atingiu o setor evangélico. Ao passo que a década anterior foi marcada, de um lado, pela música popular dos pentecostais e, de outro lado, pelas experimentações pop rock e de MPB, que no meio evangélico se fez visível pela ação dos grupos jovens e o seu *rock* cristão e por gravações feitas sem muito rigor técnico. A década de 1980, ao contrário, comportou uma maior aceitação da música autoral – mesmo sendo ela ritmicamente idêntica ao modelo anterior – e por gravações mais elaboradas, mais ligadas às tendências do mercado secular. O que aconteceu nessa década foi o aprofundamento das elaborações já sinalizadas na década anterior (SOUZA, 2002).

Como conseqüência, houve uma maior diversificação de artistas no setor. Se separados em categorias, teríamos o seguinte quadro: cantores, cantoras, duplas masculinas, duplas femininas, duplas mistas, infantis, grupos vocais e bandas (divididas em pop rock, rock, MPB). Os discos evangélicos, desde o final dos anos de 1970, parecem ter seguido a lógica de mercado se equipando e adequando cada vez mais para atender as demandas que emergiram. Fica claro por essa classificação que os modelos padronizados produzidos pela indústria fonográfica adentraram no meio repercutindo em segmentação dentro do mercado de música evangélica, trabalhando para que houvesse sempre novos produtos dentro do segmento no intuito de abarcar cada vez mais pessoas dentro do meio.

Ao oferecer um produto fonográfico elaborado com os melhores tratamentos técnicos e bem próximo ao que eram disponibilizados no mercado de música popular, as gravadoras especializadas em música evangélicas passaram a explorar amplamente as possibilidades de atuar e expandir o mercado, atingindo assim as diversas matrizes do protestantismo espalhadas em várias denominações. Apontamos acima que houve interesse por parte da *major* Polygram em atuar no setor, mas, no “grosso da massa”, não representou a maior parte dos produtos vendidos no meio. Porém, as vendas de discos evangélicos aumentaram gradativamente. Segundo Laan Mendes (1988, p. 51), cerca de 25% das prensagens de discos feitas na Gravações Elétricas S.A (Continental/Chantecler) eram provenientes de discos evangélicos, um número expressivo para discos então enquadrados na categoria de produções independentes. Esse dado serve para reforçar a ideia do constante imbricamento entre gravadoras do ramo, empreitadas particulares, ações das igrejas e grupos paraeclesiais e a indústria do disco. Mas serve também para demonstrar

que essas empreitadas se mantinham com bastante força. Com o passar dos anos, essa tendência só irá se reforçar.

Assim, como aponta Maria Celeste Mira (2001, p. 214), “[a] segmentação é uma estratégia através da qual se procura atingir nichos de mercado”. É desse modo que o fenômeno Gospel, já na década de 1990, como veremos no próximo capítulo, ao se tornar marca exclusiva, vira sinônimo de música evangélica no país, angariando para si visibilidade dentro e fora do seu eixo de poder. Porém, como alerta Mira:

(...) criar produtos para esses segmentos mundiais não significa criar os próprios segmentos. Mesmo distantes entre si, desenvolvem-se laços de solidariedade entre determinadas pessoas, pelo fato de serem mulheres, jovens negros, gays etc. Esses laços de solidariedade mundializados não se referem apenas a padrões de consumo. Expressam, antes, o compartilhar de experiências comuns, de tendências de comportamento que o mercado se esforça para captar e moldar segundo seus interesses (2001, p. 216).

Para a autora, o mercado por si só não dá conta de explicar como as pessoas se identificam entre si, pois, ao mesmo tempo em que tenta antecipar os processos identitários entre os agentes de determinado grupo social, agrupando-os conforme seus interesses, não consegue assim captar o processo de experiências comuns entre as pessoas.

É nesse sentido que parece que o mercado de música evangélica, calcado em grande medida na força da religião que lhe é inerente, tende a agir. O segmento de discos produzidos por e para evangélicos caracteriza-se nesses termos. Ao mesmo tempo em que está em constante negociação com outros segmentos no mercado consegue lidar com as demandas externas de modo a manter os laços de solidariedade mais profundos, pois disso resulta a sua identidade.

2.6 Um mercado em expansão: desafios para divulgação dos discos evangélicos

Como pudemos verificar até o final dos anos de 1980 o mercado de música evangélica no país era ainda incipiente. Apesar de já estar sendo bem explorado por *majors* como a Ariola, e gravadoras de médio porte especializadas no segmento, como a Bompastor em São Paulo, e apontar boas vendas de discos não demonstravam a presença significativa de empresas ou empresariado com perfil centrado na racionalidade

capitalista. As maiorias das gravadoras se constituíam em pequenos negócios. Sobrava empreendedorismo e faltava direcionamento.

A questão do fortalecimento do segmento apontava a necessidade de se obter um mercado integrado através de redes de divulgação, unindo as várias. Talvez isso tenha ocorrido devido a questões de cunho religioso ou doutrinário. Muitos indícios apontam para isso. Havia na época certa resistência ao uso dos aparatos seculares de divulgação, apontados como “mundanos”, por estarem desligados da religião. Zilmar Rodrigues Souza (2002, p. 62) reproduz um texto de apresentação do disco “Lembra que Deus existe”, da cantora Zilanda Valentin Silva, elaborado por José Paulo Rangel e Feliciano do Amaral, lançado pela gravadora “Favoritos Evangélicos”.

Fizemos o primeiro LP de Zilanda. Não possuíamos meio de divulgação e éramos contra os métodos usados por aqueles que monopolizavam a divulgação do disco evangélico... Tomamos a firme decisão de ignorar quaisquer máquinas de divulgação montadas para fabricar ídolos e os impor ao público. Essa decisão custou-nos prejuízo financeiro, mas dava-nos a tranquilidade de não transigir com os nossos princípios morais e espirituais.

Segundo o autor, esse disco fora lançado na metade da década de 1970, não há como saber ao certo, por não constarem informações nos discos acerca da data de gravação. Mas isso, obviamente, não invalida o valor do seu conteúdo. Os autores do texto apontam que não possuíam meios de divulgação e se colocavam contra os métodos empregados “por aqueles que monopolizavam a divulgação do disco evangélico”, demonstrando uma posição contrária em relação a divulgações dos discos evangélicos e assumindo com isso os riscos de prejuízo, mas firmando as suas convicções morais e espirituais. Essa postura é reveladora, na medida que mostra como a difusão comercial era elaborada durante o período e também demonstra um certo embate de ideias a cerca da produção musical.

Mas essa não era a postura da maioria dos empresários. A divulgação radiofônica, segundo Souza (2002, p. 63), era feita, pelo menos até meados dos anos de 1980, por meio de rádios evangélicas com frequência AM, onde a música era tocada nos programas evangelísticos entre um sermão e outro. E também por meio das apresentações dos artistas nas igrejas e/ou eventos organizados por estas. O autor aponta ainda que a primeira rádio evangélica a operar em frequência FM, foi inaugurada em Recife no ano de 1984. Porém, a maneira mais utilizada para a divulgação dos discos evangélicos era nas lojas

especializadas – na maioria das vezes gerenciadas por igrejas – ou pelos próprios artistas em suas apresentações.

Paul Freston (1993) aponta que durante os anos 1980, apesar de alguns programas de TV já estarem no ar, o uso do rádio foi preponderante no meio, “devido a facilidade técnicas de produção e maior disponibilidade de horários”. A quantidade de rádios na época é imprecisa, enquanto uns apontava para cerca de 250 rádios, outros apontavam para pouco mais de 60 rádios. Entre os pentecostais o uso do rádio foi bastante explorado, entre os não pentecostais (presbiterianos, metodistas e batistas) bem menos. As denominações pentecostais que detinham maior número de rádios eram a Deus e Amor com cerca de 50 emissoras, mantendo aproximadamente 580 horas diárias, seguida de perto da IURD. A igreja católica contava com 120 rádios dispersas pelo país, sem estarem ligadas em uma rede. Freston admite que a mídia foi importante para a atração de novos fiéis, mas não descarta que outros fatores possam ter contribuído para isso. Além do mais, segundo o autor, a mídia evangélica reforça a auto-imagem de uma comunidade minoritária em expansão.

Não obstante, o fato é que nesse período as estratégias para a atuação dentro do mercado evangélico, estavam ligadas principalmente a lógica das denominações, fechadas em “sub nichos”, explorados localmente por estas. A ideia de um mercado foi se desenvolvendo aos poucos, ou seja, de um local comum de trocas diversas mediadas por mercadorias, no caso aqui tratado, fonogramas. A lógica religiosa do evangelismo predominava – não que ela tenha sido totalmente superada, como veremos adiante – sobre a lógica empresarial. Poder-se-ia dizer que o asceticismo secular ainda não abarcava totalmente esse incipiente mercado. Nesse sentido, o advento da expansão da *Teologia da Prosperidade* no meio é sintomático. É essa teologia, como supracitado, que torna possível, além de uma melhor adequação do fiel às demandas da “modernidade-mundo” (ORTIZ, 1994), o surgimento de um empresariado com foco direcionado para exploração comercial desse setor.

Capítulo 3: O Movimento Gospel e o mercado de música evangélica no Brasil durante os anos 1990

Os anos 1990 foram marcados por um forte debate em torno da globalização. O tema em questão circulou por diversas áreas do conhecimento, gerando sempre novos enfoques e perspectivas interessantes. Maria Celeste Mira (1994), pensando essa dinâmica, publicou o artigo “O global e o local: mídia, identidades e usos da cultura”, em que discute as novas relações entre o global e o local no campo da cultura popular de massa. A autora aponta que a globalização, ao invés de eliminar as produções locais, estimulou-as, criando com isso uma enorme diversidade de usos da cultura.

No balanço que faz da bibliografia sobre o assunto – que nesse momento já havia se espalhado pelo Brasil –, a autora chega a um veredito: todos os autores analisados concordam que o processo de globalização fortaleceu a redefinição “das culturas ou identidades locais” (Ibidi, p. 131). Entre os nomes citados e seus respectivos conceitos estão Anthony Giddens (alta modernidade), David Harvey (pós-modernidade), Renato Ortiz (mundialização, modernidade-mundo) e Octavio Ianni (sociedade global). Mesmo que se leve em consideração as diferentes concepções sobre a temática da globalização, segundo a antropóloga, vale atentar para o fato de que esses autores estavam preocupados em discutir “os processos de internacionalização da economia, cultura e vida cotidiana” (Ibidi, p. 131), processos esses que há pelo menos trinta anos vêm crescendo ao ponto de serem percebidos nos mais longínquos rincões do globo.

O Brasil não foi exceção. Longe de ser uma realidade circunscrita a poucos grupos espalhados no espaço social brasileiro, essa dinâmica atingiu enormemente várias esferas da cultura, como o campo das artes e música, que têm como alguns de seus representantes o movimento *Mangue Beat*, em Recife, o *Rap* dos Racionais MC's, na cidade de São Paulo, e também o campo religioso brasileiro – especificamente em torno da renovação carismática e dos diversos grupos e denominações evangélicas surgidos nos últimos três decênios. Todos esses movimentos podem ser remetidos de alguma maneira aos processos desencadeados pela globalização da economia e mundialização da cultura. O uso das mídias e adequação das práticas culturais locais a um contexto mundial são uma das características mais evidentes desse período. No caso do campo religioso, vários autores apontam para o aumento do uso da mídia por católicos e evangélicos, assim como o uso das técnicas próprias do *marketing*, na acirrada disputa por fiéis, que por sua vez

sedimentaram novos modos de lidar com a religião desembocando em novos estilos e práticas culturais, confirmando, assim, a tese defendida por Mira (1994). Do lado católico, temos a figura paradigmática do padre Marcelo Rossi, retratado em trabalhos como o de André Ricardo de Souza (2002), não só como um ícone *pop* (ou vedete, nos termos do autor), mas principalmente como o principal agente da reação à expansão dos evangélicos no Brasil. Do outro lado, verificamos os diversos pastores e artistas (e artistas pastores) evangélicos, surgidos ou revelados para um público cada vez maior a partir do “Movimento Gospel” (SIERPIESKI, 2001; MARIANO, 2001; CUNHA, 2002). O que chama a atenção, portanto, são as novas identidades culturais que emergiram do entrecruzamento de uma série de fatores, tais quais: globalização, mundialização, expansão denominacional evangélica, reação católica e uso ostensivo das mídias por esses religiosos.

Dentro dessa perspectiva, não é de se estranhar que a música tenha ganhado tanto foco como objeto de disputas no campo religioso brasileiro. Em si, ela tem o poder de condensar e transmitir mensagens e símbolos de modo a atingir diretamente o indivíduo e também o grupo ao qual se direciona (SANTOS, 2002). Tanto católicos quanto evangélicos souberam tirar proveito de suas potencialidades. Em ambos os lados ela foi tratada como um importante estandarte para uma série de ações e reações que caracterizaram esse período (anos 1990). O fortalecimento de uma conjuntura favorável às produções fonográficas ditas independentes facilitou a elaboração, difusão e venda dos produtos, possibilitando uma maior circulação de mensagens religiosas via fonogramas, agora mais adequados aos padrões de qualidade sonora e artística do mercado fonográfico mundial. Do fenômeno de vendas do padre Marcelo Rossi, passando por bandas e cantoras/cantores evangélicos, enxergamos elos de uma mesma corrente, que de maneira mais clara estavam, na década de 1990, em busca de adequarem-se às novas demandas, respondendo diretamente aos seus estímulos e expectativas religiosas e mercadológicas.

O objetivo principal deste capítulo é situar no contexto dos anos 1990 as produções fonográficas elaboradas por evangélicos e para evangélicos, procurando demonstrar que o processo de globalização – em conjunto com uma série de outros elementos constitutivos do meio – possibilitou uma maior visibilidade para o conjunto da sociedade brasileira a respeito dos novos modos de ser evangélico. O que poucas décadas atrás poderia ser facilmente classificado como evangélico, nesse contexto passou a ser relativizado, justamente pela maneira como alguns grupos evangélicos souberam apropriar-se das mensagens que circulavam na “cultura popular de massa”. Nesse sentido, o movimento

Gospel é central, pois como catalisador das diversas intenções dispersas pelos inúmeros grupos evangélicos espalhados pelo País, revela como as religiões evangélicas, para se manterem ativas, necessitam negociar durante todo o tempo os seus valores essenciais com o resto da sociedade.

3.1 Gospel: uma estratégia de *marketing*

Na maioria das vezes, quando se fala de música evangélica no Brasil logo se remete à palavra Gospel, fazendo com isso uma correlação não adequada. É interessante notar que essa “naturalização” se dá, sobretudo, pelo fato de que, para uma grande parcela da sociedade brasileira, a música produzida no campo religioso brasileiro ficou conhecida por meio de artistas relacionados ao Movimento Gospel.

Ao contrário do que ocorreu no Estados Unidos no início do século XX, o Gospel, no Brasil, desenvolveu-se não como um estilo musical específico, mas como um “movimento cultural”, que utiliza vários tipos de sonoridades para propagar o evangelho de Cristo (BAGGIO, 1997; SIERPIESKI, 2001; CUNHA, 2002). Em termos de uso de sonoridades e ritmos populares, as suas raízes remetem aos “corinhos”, introduzidos no País por volta dos anos 1950 (difundidos via Cruzadas Evangelísticas) e aos grupos de jovens como Vencedores por Cristo, na década de 1970 (*rock* e MPB), todos descritos nos capítulos anteriores.

De acordo com Mariano (2005), a igreja Cristo Salva é um exemplo expressivo, pois dela saíram os quadros que mais inovaram no cenário musical evangélico no Brasil, não obstante, os grandes responsáveis pela derrocada do Movimento Gospel e consolidação do uso de ritmos populares dentro da liturgia eclesial. Essa denominação promovia cultos concorridíssimos, frequentados por jovens (e até usuários de drogas), em que imperava o uso do *rock* e outros ritmos desde o final dos anos 1970, no bairro de Indianópolis, zona sul da cidade de São Paulo. Essa igreja foi fundada por Cássio Colombo, então membro da Igreja Evangélica do Cambuci (dissidente da Igreja Presbiteriana Independente desde os anos 1950, quando se pentecostalizou), mais conhecido como “Tio Cássio”, a partir de reuniões informais feitas em sua casa, reunindo inicialmente uma pequena quantidade de jovens, mas que com o tempo foi crescendo, expandindo-se para a criação de uma igreja (SIEPIERSKI, 2001). Então, em 1975, surgiu a

Igreja Cristã Independente de Indianópolis, depois conhecida como Cristo Salva²⁵. O grupo Oficina G3, banda *rock* de grande renome no cenário evangélico, foi formada ainda nessa igreja. Luciano Manga, membro-fundador e ex-vocalista da banda, em seu livro de memórias *Meus dias no Oficina G3* (2008, p. 17-18), relata como conheceu a Cristo Salva:

Em meados dos anos 80, éramos adolescentes com conflitos familiares, alguns já estavam envolvidos com drogas e outros não queriam saber nada a respeito de Deus ou questões religiosas. A rebeldia tomava conta de alguns, enquanto outros buscavam uma direção em meio a tantas perguntas sem respostas e crises existenciais que aumentavam a cada dia. Uma coisa era comum entre Juninho, Walter, Túlio, Maradona e eu, entre outros: a paixão pela música, principalmente pelo *hard rock* e o *heavy metal*.

Tivemos experiências profundas com Jesus Cristo, o que ocasionou uma mudança completa em nossas vidas, nos levando a servi-lo e a ter um compromisso com o próximo, principalmente em ajudá-lo nos seus dilemas e sofrimentos. Acabamos nos conhecendo na Igreja do Tio Cássio, como era conhecida nos anos 70. Foi exatamente ali que crescemos na caminhada cristã, recebendo apoio, carinho e orientação do “Tio Cássio”, nosso pastor, alguém com uma visão moderna, voltada para os jovens, que entendia o mundo deles e sabia usar uma linguagem que atraía as tribos da época. Fomos impactados com suas mensagens e principalmente com a maneira como nos disciplinava e nos conduzia a um estilo de vida de muita liberdade, porém com compromisso e serviço.

Manga nos revela um pouco de como era constituída e gerida a igreja Cristo Salva à época. Uma igreja direcionada a um público específico: os jovens rejeitados por outras denominações ou sem contato com a religião. Lá, eles eram acolhidos, como atesta Manga, não importando os seus trajes e estilos. É importante apontar que já nesse período estavam presentes nessa denominação “os germes do neopentecostalismo – *teologia da prosperidade e guerra espiritual (...)*” (SIEPIERSKI, 2001, p. 81). Com essa postura aberta e um ambiente informal, essa denominação conseguiu atrair não só músicos, mas todos os interessados em uma mensagem cristã mais flexível.

Entre os frequentadores mais assíduos da igreja do “tio Cássio” estava um jovem, líder de um grupo de jovens da sua própria igreja que, junto com a sua então namorada, às vezes era convidado para dirigir as reuniões realizadas às segundas-feiras. Com o tempo, participa mais ativamente dessa “igreja da moda”, abandonando a sua própria igreja. Poucos anos mais tarde, ele organiza a sua própria igreja, onde reelabora e expande as suas possibilidades apenas aventadas pela igreja do “tio Cássio”. Esse então jovem a que nos referimos viria a ser o apóstolo Estevam Hernandes, fundador e líder da *Igreja Renascer em Cristo*, por ele criada em 1986 (Ibid, 2001, p. 82).

²⁵ Carlos Tadeu Siepierski (idem) aponta que “essa expressão foi graficamente criada, estilizada, registrada e utilizada como logomarca pelo piloto de fórmula 1, Alex Dias Ribeiro, que, então como membro da igreja, cedeu-lhe os direitos de imagens.” Essa postura antecede a atitude similar por parte da Igreja Renascer em relação ao termo “Gospel”.

Essa igreja acolhia jovens provindos das mais diversas tribos e estilos, sem preconceito ou distinção, assim como fazia o “tio” Cássio. Assumindo tal postura, ganhou visibilidade entre o público jovem que passou a constar como maioria em suas fileiras. Sua importância para a transformação estética do meio musical evangélico foi o de iniciar o processo de comercialização enfática desses novos agentes e de sua produção. Tendo em vista que na década de 1960 e 1970 os cantores venderam muitos discos, mas não obtiveram repercussão fora do meio protestante, o que passou a se configurar, a partir da iniciativa da Renascer em Cristo, foi a possibilidade de atingir pessoas que não eram “crentes”, unindo com isso a estratégia proselitista, já usual, ao sucesso empresarial.

De acordo com Sérgio Baggio (1997), muitos grupos, bandas e demais artistas formados e lançados nos anos 1990 ficaram conhecidos a partir do forte esquema de *marketing* que envolvia programas de rádio, TV, shows em casas noturnas, somando-se a isso megaeventos, como o “SOS da Vida” e a “Marcha para Jesus”, todos agregados ao “Movimento Gospel”. Foram principalmente as ações de Antônio Carlos Abbud e Estevam Hernandez (então o principal dirigente da Renascer), no início dos anos 1990, para divulgar bandas de *rock* evangélico que estavam lançando – e que incluiu a patente da palavra Gospel – transformando-a em marca exclusiva (SIEPIERSKI, 2001), que possibilitaram, em grande medida, uma maior circulação de informações a respeito do que acontecia no cenário evangélico, pois antes disso a circulação de música e artistas pelo País era bastante restrita. Esses atores sociais exerceram papel central nesse período, justamente por captarem e de alguma maneira organizarem as forças dispersas pelo campo evangélico, extravasando, com isso, as suas ações para outras esferas (pública, política).

Procurando sempre explorar a música *pop rock* e estética jovem, grande parte das mais importantes bandas, grupos musicais, e cantores/cantoras do cenário evangélico iniciaram suas carreiras ou foram impulsionados pela alcunha de artistas Gospel. Contudo, nem todos os artistas espalhados pelo campo evangélico concordavam com essa nomenclatura, mas o fato é que mesmo assumindo não serem “artistas Gospel”, aproveitaram o momento.

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 (CUNHA, 2004, p. 144).

Foi, portanto, nesse contexto que, a exemplo do que aconteceu com a expressão “Cristo Salva”, estilizada e transformada em logomarca, a palavra *Gospel* passou a ser veiculada como uma estratégia de *marketing*, possibilitando que surgisse em torno dela uma reelaboração de práticas culturais evangélicas contemporâneas dentro do espaço social brasileiro. Essas práticas se fizeram visíveis em uma grade de produtos voltados para o público evangélico, desde camisetas com *slogans* e imagens da cultura *pop*, até criação de cartões de crédito. No entanto, de maneira mais enfática, a música esteve envolvida nesse processo desde o início, desencadeando uma série de ações dentro do campo evangélico no País.

De fato, como aponta Baggio (1997), a questão da música Gospel foi tema de muitos debates no meio evangélico, fator de divisão de igrejas e criação de outras. O tema era (e em grande medida ainda é) muito discutido, justamente pela centralidade que a música ocupa nos cultos evangélicos. As principais rugas ocorriam em torno do uso de música considerada “mundana” e, portanto, imprópria à utilização para fins religiosos. Diversas opiniões e posicionamentos surgiram desse embate e, assim como ocorrera em outras épocas, nitidamente poderíamos verificar dois lados opostos: os que acreditavam não haver problema algum em utilizar a música considerada “secular” dentro e fora das igrejas para atrair mais e mais pessoas para Cristo; outros se inflamaram e se mantiveram contrários a qualquer tipo de alteração ou “perversão” da música direcionada para Deus. Essa relação de forças perpassou praticamente todo o campo religioso brasileiro, em especial as denominações evangélicas, revelando com isso um jogo de poder e disputa simbólica impressionante, que tinham como pano de fundo a expansão dos grupos neopentecostais.

Uma matéria publicada na revista *Veja*, em 8 de junho de 1994, apresenta o fenômeno Gospel para os seus leitores discorrendo sobre o processo de conversão de dois jovens ex-drogados, Eduardo e Simion, sócios em uma loja de roupas e artigos evangélicos. Este último, além de empresário, acumulava o título de líder, vocalista e guitarrista de um dos mais proeminentes grupos de música Gospel do cenário evangélico brasileiro, o Katsbarnéia. Outro assunto explorado é a utilização de *marketing* pela igreja Renascer em Cristo como método proselitista e a resignificação de elementos da cultura popular, como músicas e o carnaval:

Eduardo e Simion são parte de um fenômeno recente entre as seitas evangélicas brasileiras: a liberalização de hábitos, o uso de rock e funk, roupas coloridas e um marketing agressivo para conquistar a juventude. Estevam Hernandes Filho, de 40 anos, é o guru dessa turma. Hernandes costuma fazer palestras com o título “A igreja usando o marketing como arma espiritual”. Sua platéia habitual é formada por pastores de outras igrejas que querem aprender o truque com ele. Hernandes dirige a Fundação Renascer, que em oito anos ergueu 31 templos no Brasil, está presente em outros três países e diz contar com 50 000 seguidores, 80% deles com menos de 27 anos. Na palestra Hernandes abrange quatro tópicos: 1. O produto que é a salvação com a vida abundante e vitoriosa; 2. A propaganda, o Espírito Santo; 3. O ponto-de-venda, que vêm a ser as igrejas; 4. O preço, que é grátis, ou melhor, pago por Cristo com seu sangue na cruz. Observação: nesse preço não estão incluídos os dízimos (10% do salário de cada seguidor) e as ofertas, preceitos fundamentais de toda igreja protestante.

Futebol e Carnaval - O marketing da Renascer dá certo porque usa maciçamente, como outras seitas, o rádio e a televisão. Mas não é só isso. Seus outros recursos são também muito poderosos. Uma das armas principais, a música, harmoniza letras de adoração a Cristo em ritmos como o rock, rap, funk, samba, blues. Outro instrumento é o marketing de boutique. Hoje, há lojas que vendem camisetas, bonés, roupas de piloto de Fórmula 1 para crianças e buttons – tudo com inscrições religiosas. Há ainda o testemunho de convertidos, como Simion e Eduardo, que impressionam grandes platéias. Confirmam, aos olhos dos crentes, o poder miraculoso da fé. (VEJA, 1994)

Verifica-se que a matéria aponta as “novidades” do meio evangélico, como produtos da estratégia proselitista das igrejas – às quais se refere várias vezes pelo nome de seita, como sendo uma oposição à igreja – equacionando o problema da seguinte maneira: estratégia de *marketing* + flexibilização das condutas = fiéis e a arrecadação. Porém, trata-se de uma interpretação reducionista. Embora a matéria traga subsídios para a análise da situação, que gira em torno da tensão entre o “sagrado” e o “profano” dentro do cenário evangélico, ou seja, a utilização nos cultos de elementos considerados no meio evangélico como “profanos” em oposição aos elementos tidos como “sacros”, ignora a dimensão propriamente religiosa do problema. Para que possamos superar a equação dada pela matéria é necessário introduzir a noção de *guerra espiritual* na discussão. Quando alguns grupos evangélicos (pentecostais e principalmente neopentecostais, como a IURD – Igreja Universal do Reino de Deus – e Renascer em Cristo) partem para a utilização, por exemplo, de ritmos populares como meio para atrair novos fiéis, devemos atentar para o fato de que o fazem dentro da chave da *guerra espiritual* travada contra o Diabo. Assim, *teologia da prosperidade* e *guerra espiritual* apontam para uma única direção: a retomada do mundo das mãos do Diabo.

Os neopentecostais crêem que o que se passa no “mundo material” decorre da guerra travada entre as forças divina e demoníaca no “mundo espiritual”. Guerra, porém, que não está circunscrita apenas a Deus/anjos X Diabo/demônios. Os seres humanos, conscientes disso ou não, participam ativamente de uma ou outra

frente de batalha. Agem, cada qual, segundo seu livre-arbítrio. Voluntariamente engajados no lado divino, crêem deter poder e autoridade, concedidos a eles por Deus, para, em nome de Cristo, reverter as obras do mal. Isto é, acreditam-se capazes de alterar realidades indesejáveis do “mundo material” por meio de seu vínculo de fé com as forças divinas. Incumbidos por suas igrejas (que se dizem erguidas por Deus para combater o Diabo, atividade que vêem como precondição para evangelizar lugares e indivíduos submetidos a Satã) de se engajar no “bom combate”, os neopentecostais passaram a enfrentar agressivamente o inimigo de Deus e da humanidade (MARIANO, 2005, p. 113).

Muito já foi escrito sobre a expansão neopentecostal no espaço social brasileiro e, sobretudo tendo como objeto de estudo a IURD (Igreja Universal do Reino de Deus). Essa escolha, naturalmente, não foi fortuita, pois essa denominação ocupa uma posição preponderante no campo religioso brasileiro. No entanto, é necessário apontar que muitos estudos partiram daquilo que se apresentava na realidade da IURD e generalizaram as suas concepções para o restante das outras várias denominações neopentecostais. Por um lado, de acordo com Mariano (2005, p. 149), apesar de comungarem da Teologia da Prosperidade que se resume nas

(...) promessas de que o mundo seria o *locus* da felicidade, prosperidade e abundância de vida para os cristãos, herdeiros das promessas divinas, a Teologia da Prosperidade veio coroar e impulsionar a incipiente tendência de acomodação ao mundo de várias igrejas pentecostais aos valores e interesses do “mundo”, isto é, à sociedade de consumo.

Também da *guerra espiritual*, que caracteriza-se na luta dos cristãos contra o Diabo, e seus “demônios territoriais” e de “geração”, que no Brasil foram sendo associados “aos santos católicos, em razão deles darem nomes a cidades, e às entidades das religiões mediúnicas (MARIANO, 2005 p. 137). Por outro lado, distancia-se em aspectos como a questão do público alvo de suas intenções e o direcionamento desses preceitos teológicos. Esse dado leva-nos à necessidade de tomarmos certo cuidado para não incorrer no erro de generalizá-las de maneira mecânica e perder de vista as lutas que se travam entre elas. Portanto, os embates que ocorreram e ocorrem ainda hoje em torno da legalidade do uso da música são partes constitutivas de marcantes diferenças entre as demais denominações.

Só para citar um caso, as ações promovidas pela Igreja Renascer em Cristo, na cidade de São Paulo, são sintomáticas dessas diferenças. É dela que parte uma divulgação massiva das inovações culturais já partilhadas por alguns grupos marginalizados nos espaços eclesiais evangélicos (o seu estandarte foram os jovens) em relação ao uso de ritmos populares dentro e fora das igrejas. Essa ação constituiu-se em grande visibilidade no campo, partilhada, sobretudo entre jovens evangélicos e neófitos. Ao relativizarem a

linguagem religiosa para o universo do jovem de classe média, profissionais liberais e pequenos empresários, angariaram para si uma membresia diferente da maioria dos membros da IURD, mas lhes possibilitou exacerbar a sua presença dentro e fora do campo religioso. Os megaeventos promovidos, como o SOS da Vida e as Marchas para Cristo ilustram bem isso – milhares de pessoas participaram de cada edição desses acontecimentos. O interessante é que grande parte dos participantes não pertencia à Renascer, mas identificava-se com o movimento promovido por ela (SIEPIERSKI, 2001).

Desse modo, as ações dos neopentecostais conseguem, sem ferir a lógica cristã, colocar-se em lugar de destaque durante essa década, como aponta Mariano (2005, p. 215):

Vai longe o tempo em que o rock era sinônimo de rebeldia, uso de drogas, sexo livre, mensagens políticas radicais e até invocações satânicas. Hoje, ele é singelamente instrumentalizado para evangelizar e transmitir preceitos de conduta cristã. Os roqueiros de Cristo subvertem os valores primitivos difundidos pelo rock. Embora revolucionários no louvor e na aparência, mantêm conservadores em outras esferas comportamentais. Nas letras, substituíram a tríade sexo, drogas e rock'n roll, pelo lema vida, Jesus e rock'n roll. Nas canções, combatem o uso de drogas, o álcool, o tabaco, a pornografia e o sexo extraconjugal. Nos shows, lutam contra o Diabo e as legiões de demônios. Protestam contra a violência e o materialismo. Como todo pentecostal que se preze, apontam Jesus como panacéia para todos os males. Nada mais emblemático do que o movimento Gospel, cujas letras são recheadas de moralismo estreito e clichês bíblicos, para atestar, senão a tão anunciada morte do rock, ao menos a sua decrepitude.

Em outras palavras, não é porque foram inseridas inovações no campo, como o uso do *rock*, que este seria modificado totalmente. Ao contrário, o que se pode verificar é a reafirmação de velhas bases atualizadas por meio de ajustes aos novos tempos (CUNHA, 2004). Mesmo travando lutas intensas em torno da legitimidade das novas práticas, os velhos dogmas permaneceram intactos sem serem postos em cheque.

É incontestável o fato de que as canções elaboradas por evangélicos contemporaneamente – verificadas desde o início dos anos de 1970 – têm um conteúdo mais livre e atraente, adequado às novas gerações, com letras que expõem um alinhamento com os novos preceitos oriundos da sociedade de consumo, atraindo, assim, multidões aos *shows* em casas de espetáculos seculares e estádios de futebol, vendendo milhares de discos por ano e superando até artistas considerados como os maiores vendedores de discos do País.

Contudo, o individualismo, o elogio ao guerreiro, o amor (quase erótico) a Cristo, o arminianismo, o emocionalismo pietista (MENDONÇA, 1994) ainda estão presentes nas melodias evangélicas atuais. No entanto, o que se destaca atualmente é o fato de essas

melodias alinharem também o seu conteúdo ao individualismo contemporâneo, comumente encontrado em livros de auto-ajuda. Essa mudança estética ocorrida no protestantismo brasileiro não ficou apenas no meio evangélico, ela se espalhou por outras áreas, como é o caso dos padres católicos que se transformaram em grandes vendedores de discos.

A nova geração de bandas evangélicas surgidas entre os anos 1980 e 90 dão exemplos eloquentes em suas letras dessa nova maneira de compor canções. Seguem abaixo as letras de “Baião”, escrita por Janires Ribeiro, fundador da banda Rebanhão, e “Consumo”, escrita por Brother Simion, líder e vocalista do Katsbanéa, ambas famosas no cenário evangélico:

Baião
(Intérprete: Rebanhão)

Minha vida aqui era muito louca (Louca)
Só faltei correr atrás de avião (De avião)
Mas Jesus entrou no meu deserto (No meu deserto)
E inundou o meu coração

Eu era magro que dava dó (Que dava dó)
Meu paletó listrado era de uma listra só (De uma listra só)
Mas Jesus entrou no meu deserto (No meu deserto)
E 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 a faculdade só tá formando lampião

E lampião e lamparina,
Vela acesa e candeeiro
Nunca vai salvar ninguém
E ainda se vai gastar dinheiro
E o dinheiro anda mais curto
Do que perna de cobra
Filosofia de malandro:
“No bolso ele bota, mas nunca sobra”

E o que tá fartando de amor
Tá sobrando iniquidade
Todo mundo se odiando
Pelos ruas, pelas ruas das cidades

Se essas ruas, se essas ruas fossem minha
Eu pregava cartaz
Eu comprava um spray
Escrevinhava nelas todas
Jesus is the only way

Jesus é o único caminho
Pra quem quer morar no céu
Quem quiser atalhar vai pro bebeléu!

Consumo

(Intérprete: Katsbarnea)

Sua vida está sendo retalhada e destruída!
Sua vida está sendo cruelmente consumida!

Noite perdida, há muita escuridão, labirinto sem saída
Sexo, droga e bebida. Nos painéis e outdoors escuto sempre a voz

Cheiro da cocaína, o perfume do álcool, a bruma da maconha
O comércio do sangue. Nos painéis e outdoors escuto sempre a voz

Consumo de roupa, consumo de drogas, consumo de álcool
Consumo de cigarro, consumo de vida humana

Vida escura e fria, entre covas e abismos,
O velho coração pede uma esperança

Abro os olhos vejo a Paulista, templo da burguesia
Revolta incontida, ira na pele expelida

Como se pode notar nas duas letras apresentadas, os temas relativos a aspectos da realidade social são destacados pelos autores, porém esses problemas só poderão ser resolvidos mediante a conversão individual. No primeiro caso, o apelo à conversão é claro, está explícita a ideia de *testemunho* na letra – uma história narrada em primeira pessoa em que se relata a experiência da conversão, enfatizando o antes e o depois. Já no segundo caso essa ideia é velada, mas paira no ar a mesma intenção de convencimento de que a vida mundana não pode gerar felicidade. Vale ressaltar que, se deslocada de seu contexto de criação, pode até soar como mera reflexão a partir do que o autor verifica na sociedade. Não obstante, em ambos os casos, há uma elaboração mais refinada da abordagem religiosa.

Esse tipo de letra, em conjunto com ritmos musicais da moda, mais vinculados com a realidade objetiva dos jovens, contribuiu para uma maior aproximação com esse público-alvo, ou seja, apropriado a uma demanda específica de jovens vindos das classes médias que ao adentrarem no cenário pentecostal ajudam a renová-lo, gerando no campo uma dinâmica diferente. Em um sentido geral, poderíamos também apontar que as mensagens das letras acima expostas não contrastam com o discurso geral do protestantismo proferido no Brasil, mas ligam-se a ele de maneira contundente. Mesmo as letras de artistas como a cantora Cassiane, conhecida por interpretar canções carregadas de simbologia pentecostal,

digamos clássica, buscou adequar-se a uma linguagem mais leve e dinâmica. Contudo, todas as suas letras, de uma maneira ou de outra, apontavam também para o avanço da *Teologia da Prosperidade* e da *Guerra Espiritual*, à época bastante difundidas no cenário evangélico do Brasil.

A palavra Gospel, transformada em marca e utilizada como estratégia de *marketing*, foi utilizada de maneira intensa não só pela Renascer. Passou a ser estandarte do novo jeito de ser evangélico, configurando-se em estilo de vida específico, moderno e antenado com as novas tendências, espalhando-se rapidamente e trazendo para si o *status* de identidade, partilhada por uma grande parcela da juventude evangélica do País, em grande medida facilitada pelas mídias disponíveis (MARIANO, 2005). Mas não foi somente a “música atualizada” que se apropriou do termo, outros produtos como, bonés, *bottons*, camisetas, chaveiros, bíblias e toda a sorte de souvenirs levaram o selo Gospel, além de revistas, rádios, programas de TV, e com o passar dos anos, uma gama infindável de páginas na internet, extrapolando assim o uso restrito à música. Não se trata de discutir profundamente todos os usos do termo em questão, mas assinalar que foi a partir do seu uso e apropriação na denominação da música durante o período dos anos 1990 que se partiu para outros lados, possibilitando a concentração de uma série de práticas culturais em torno desse termo.

Nesse sentido, é preciso apontar que não foram apenas os artistas evangélicos a aproveitarem a onda “gospelizante” da música cristã no Brasil; sob essa mesma alcunha, as músicas produzidas pelos padres cantores e bandas católicas ficaram conhecidas. Não se tratou, no entanto, de uma utilização ostensiva do termo por esses artistas, mas sim de aproveitar o momento e se mostrar também como produtores de música e comportamentos “atualizados”. Acusações de utilização de músicas produzidas por evangélicos por parte do padre Marcelo Rossi circularam amplamente dentro e fora dos círculos evangélicos. Como atesta a fala de Kim, vocalista da banda Cathedral – uma das mais influentes do meio evangélico brasileiro –, em entrevista concedida à revista *Áudio e Música*, em maio de 1999, quando questionado sobre o assunto, o cantor responde: “Na realidade, todas essas músicas que o padre Marcelo Rossi está executando já existiam no meio evangélico. Só que ninguém tinha acesso à grande mídia” (KIM, 1999). O depoimento do cantor é sintomático e revela uma postura que aponta para a disputa por visibilidade nos grandes veículos de mídia. Na mesma entrevista, o artista denuncia ainda que o seu grupo, ao se apresentar em programas de auditório – os quais ele não revela –, teve sua participação cortada, denotando assim que o fato não ocorrera apenas uma vez. Verdade, exagero ou má

interpretação, não se sabe ao certo. De qualquer maneira, o fato é que o período foi marcado por conflitos na mídia televisiva entre a Rede Globo, aliada da Igreja Católica, e a Rede Record, comprada pela Igreja Universal do Reino de Deus. Ao que se sabe, em nenhum momento os carismáticos buscaram disputar abertamente para apropriarem-se do termo.

De estratégia de *marketing*, passando pela transformação em marca e, finalmente, em sinônimo de música religiosa contemporânea, o Gospel *a priori* não pode ser utilizado como categoria anárquica. O Gospel é antes de tudo o produto da própria dinâmica da relação de forças verificadas no campo evangélico. O poder de concentração de esforços em torno da categoria “Gospel” serve antes de tudo para observarmos os espaços de tomadas de posições partilhadas pelos diversos atores sociais dispersos no campo religioso brasileiro. Mas também, o Gospel, remete diretamente a chamada CCM (Christian Contemporary Music), difundida a partir do Jusus Moviment nos Estados Unidos. Desde meados da década de 1980, gravadoras como a Bompastor, passaram a lançar muitos discos de artistas norte americanos no Brasil, contribuindo bastante para a constituição do cenário de bandas de rock cristão no país.

As lutas que se configuraram no campo religioso brasileiro foram travadas em muitas frentes e uma delas foi na produção e venda de discos. No caso evangélico brasileiro, a necessidade de adequar as canções às novas demandas veio se desenvolvendo desde os anos de 1950, impulsionando as gravações no país. Contudo, até meados dos anos de 1980, a exploração comercial dessas canções foi feita sempre com muita cautela, pois a questão do lucro obtido com a venda de música era vista no meio com maus olhos.

Em um sentido geral, o Movimento Gospel não antecipou nem criou nada do que já existisse no meio evangélico (SOUSA, 2011). No entanto, para além de uma nomenclatura destinada a designar um estilo musical, o termo Gospel conseguiu sintetizar muito bem as lutas ocorridas durante o período: a ascensão dos valores pentecostais no campo religioso brasileiro e uma cultura de consumo. Dito de outra forma, à medida que as *teologia da prosperidade* e *guerra espiritual* foram se expandindo, essa postura foi sendo relativizada, dando lugar à outra perspectiva em que a figura do empresário passou a ser vista como alguém abençoado duplamente: por ser um propagador dos ensinamentos de Cristo, combater o Diabo e ser recompensado com a prosperidade dada, em troca, por Deus. Em outras palavras, ao assumirem essa postura, agora mais adequada aos apelos dos novos tempos, a figura de um empresário evangélico bem-sucedido e de um artista “renovado”

ganhou espaço dentro do campo protestante e com ele empreendimentos voltados para esse público específico. Respondem a essa dinâmica não só fatores meramente religiosos, o que nos leva a verificar como a religião se insere no mercado, e o mercado na religião. Iniciaremos essa investigação remontando o cenário das produções fonográficas nos anos 1990.

3.2 O lugar das gravações evangélicas na indústria fonográfica brasileira

Analisando o desempenho da indústria do disco no Brasil durante os anos 1990, Eduardo Vicente (2001) aponta que um conjunto de fatores contribuiu para a retração das vendas logo no primeiro ano da década. Entre os fatores principais está a questão econômica e política. Foi durante os anos 1990 que as políticas de incentivo de importações e tentativas de reanimar a economia vieram a lume. Essas medidas, segundo o autor, possibilitaram um quadro de flexibilização da produção e distribuição de discos, decorrendo disso algumas posturas e tomadas de posição por parte das gravadoras, frente a tal quadro socioeconômico, que consistiram em:

- maior conservadorismo na gestão dos negócios (lançamentos adiados e investimentos destinados principalmente a abarcar as faixas populares);
- redução de custos e despesas e apelo ao catálogo internacional;
- redução do quadro de funcionários, *cast* e demais regalias;
- contenção do lançamento de artistas novos;
- busca por divulgação maior dos artistas consagrados;
- abandono da produção musical e terceirização de parte das etapas de produção (gravação, mixagem, prensagem etc.).

Com isso, não houve mudança na atuação das gravadoras, mas sim uma radicalização dos processos desenvolvidos em décadas anteriores. Como sugere Dias (2000, p. 109):

Da perspectiva da estrutura e administração das empresas fonográficas brasileiras, a crise do início dos anos 90 promoveu uma série de importantes mudanças. De demissões a tentativas de contenção de gastos, algumas empresas acabaram por realizar uma verdadeira reengenharia, com toda contemporaneidade que a palavra pode ter.

De fato, o acirramento das demandas advindas do plano socioeconômico do País e o rearranjo do capitalismo em nível global, em grande medida, levaram o setor a se rearranjar para adequar-se aos novos tempos. Assim, a autora salienta que, em consequência desse quadro, as empresas do setor fonográfico empreenderam uma dinâmica de atuação que apostava no *marketing* como principal plano estratégico para a venda de discos, levando a uma postura de extrema cautela administrativa que se expressava numa concentração dos poderes administrativos na empresa e terceirizando outras etapas do trabalho.

Apesar do cenário de crise do mercado fonográfico como um todo, os anos 1990 foram fundamentais para a consolidação de gravadoras especializadas em música evangélica no País. Foi durante esse período que as principais empresas do ramo no cenário foram fundadas (Gospel Records, Line Records e MK Music) e com elas foi se constituindo um mercado com um contorno cada vez mais empresarial. Antes de qualquer coisa, do ponto de vista da organização empresarial, pode-se apontar que nenhuma delas se constituía em uma espécie de “mimese” de *major*. Primeiro por elas tenderem a uma postura sectária de produção de bens culturais paralelos aos produzidos aos ditos “mundanos”, como meio de proteger a fé evangélica (FREESTON, 1993). Segundo, mesmo tendo em conta que atendiam a um público específico, os seus produtos não podiam ser concebidos como estando fora do jogo da indústria do disco no País. Isso posto, talvez o termo que melhor as enquadrasse seria mesmo o de gravadoras independentes, posto que a maioria das etapas do trabalho de produção fonográfica era executado por elas. É interessante notar que, somente a partir dos anos 1990, as gravadoras especificamente voltadas para o público evangélico se constituíram como um mercado estruturado. Dito de outra maneira foi somente nessa década que houve condições para que essas empresas pudessem apresentar um conjunto de produtos direcionados a um público evangélico, fazendo circular muitos dos símbolos que antes ficavam circunscritos a núcleos isolados dentro do campo evangélico brasileiro. E isso se deve em grande medida às possibilidades tecnológicas surgidas no cenário das produções fonográficas no País e também as próprias mudanças no campo religioso brasileiro.

No que toca à questão das novas tecnologias, tornou-se mais fácil gravar e prensar um disco de maneira independente. Foi por meio da abertura tecnológica que novas empresas surgiram para suprir as demandas do mercado fonográfico, tais quais estúdios, selos e produtoras. Assim, várias pequenas gravadoras e suas produções foram surgindo

durante toda a década de 1990, facilitando uma maior circulação de pessoas e de conhecimentos. Em relação ao meio evangélico, profissionais, tanto dentro quanto fora desse círculo, passaram a ter maior contato devido à procura por serviços desse tipo e à própria exposição de que gozou a música cristã no espaço social brasileiro desde então. Assim, as produções ditas independentes – e nessas se encaixariam as produções evangélicas – ganharam maior projeção, como assegura Vicente (2001, p. 156):

Independente de seu projeto ou área de atuação e me parece inegável que praticamente tudo o que aconteceu de inovador ou que apresentou alta qualidade técnica e artística durante os anos 90 surgiu, efetivamente, de indies – interessava principalmente a esses empresários mostrar a profissionalização e a viabilidade de seus investimentos. Afastar a pecha de artesanidade, “a imagem de falta de acabamento e de precariedade sonora” que caracterizara a cena independente de 15 anos antes.

A busca por afastar-se de qualquer marca que denotasse certo amadorismo se fez presente grandemente na ação e na fala de alguns envolvidos na produção fonográfica dentro do meio evangélico no Brasil. Com as portas abertas para uma demanda que crescia a olhos vistos, muitas igrejas e empresas de propriedade de evangélicos passam a apostar nesse nicho. Mesmo sabendo que a questão de produções mais profissionais, do ponto de vista dos padrões do mercado, já fizesse parte de algumas gravadoras, como foi o caso da Bompastor – que de alguma maneira já demonstrava essa preocupação – e grupos independentes, como o VPC (Vencedores por Cristo), foi durante a década de 1990 que essa meta pôde ser plenamente alcançada.

Portanto, empreendimentos como a Gospel Records só puderam vir a lume devido a uma série de fatores que se coadunaram, propiciando o momento ideal para o seu desenvolvimento. O tema é complexo, mas, pode-se afirmar que os principais fatores no campo do mercado fonográfico foram:

- a) crise no setor fonográfico mundial, ocasionando um quadro de retenção de custos e maior fragmentação da divisão do trabalho, ou seja, de terceirização das etapas do trabalho;
- b) surgimento do CD (Compact Disc) e novas tecnologias de gravação;
- c) abertura de canais de distribuição e fruição de conhecimentos técnicos e tecnológicos;
- d) maior visibilidade para empresas de menor porte.

Com essas possibilidades, geradas pelas próprias condições do mercado fonográfico, verifica-se que houve uma expansão das produções independentes e, entre essas, as voltadas para o público evangélico, configurando-se em “circuitos autônomos”. Nesse sentido vale expor as palavras de Vicente (2002, p. 167) sobre a questão:

Considero enquanto *circuitos autônomos* aqueles que, sem a presença de grandes gravadoras ou redes de mídia de alcance nacional, fornecem condições para as apresentações musicais dos artistas relacionados à cena, bem como para a produção, divulgação e venda de seus discos, viabilizando comercialmente a sobrevivência de músicos e empresas independentes. Esses circuitos podem ter uma localização geográfica restrita (étnicas, religiosas, urbanas) etc. – importando nessa minha definição muito mais a sua viabilidade econômica do que os seus aspectos sociológicos ou antropológicos evidentemente envolvidos.

O autor ainda destaca três aspectos fundamentais para a constituição desses “circuitos autônomos”:

2 as (...) possibilidades de pulverização da produção musical e redução de seus custos propiciados pelas tecnologias digitais, que viabilizaram não só a criação de estúdios locais, como também o retorno do investimento, a partir da venda de quantidades cada vez menores de discos.

3 o surgimento de redes locais de comunicação, assim como pequenas emissoras de TV, rádios comunitárias, piratas etc., que tendem a incorporar a produção dos artistas locais à sua programação, ao contrário do que ocorre com as grandes redes de mídia.

4 a possibilidade da intercomunicação global – principalmente pela Internet – que permite a ampliação do mercado potencial dessa produção (através de migrantes que deixavam o local, grupos que partilhem os mesmos valores identitários etc.) (p. 169-70)

Esses aspectos foram constitutivos da ação de muitas gravadoras e selos que surgiram ou ganharam maior visibilidade durante esse período. Muitas igrejas e grupos religiosos independentes, assim como artistas e bandas, puderam lançar os seus trabalhos de maneira mais profissional utilizando os seus próprios “circuitos autônomos” para a divulgação.

Um exemplo disso é a explosão de cantoras, cantores e bandas de *rock* que surgiram durante os anos 1990 no meio evangélico a partir do Movimento Gospel, além de programas radiofônicos – alugados em emissoras licenciadas, como foi o caso da rádio Imprensa, alugado pela Renascer – e das rádios piratas evangélicas que só na cidade de São Paulo, no início da década de 1990, constituíam a maioria das rádios piratas na zona leste da capital paulista (MIRA, 1994). Um sistema de retroalimentação passou a sustentar uma rede de colaboração compulsória: as rádios “emprestando” o seu espaço para a divulgação

de artistas e os artistas, por sua vez, cedendo seus nomes e trabalhos para a divulgação das rádios e programas evangélicos, sejam piratas ou rádios legalizadas que, por sua vez, serviam para expor ainda mais as denominações evangélicas as quais estavam ligados direta ou indiretamente.

É interessante notar que as gravadoras de maior expressão nesse momento contavam com algum *media* de divulgação. A gravadora Line Records, ligada a IURD (Igreja Universal do Reino de Deus), contava com vários veículos: rádios espalhadas pelo País inteiro, uma emissora de TV e mídia impressa. A MK Publicitá contava com uma rádio de grande sucesso no Rio de Janeiro, a 93 FM. A Gospel Records, ligada à igreja Renascer em Cristo, apoiava-se em um canal de TV UHF, rádio e mídia impressa. Por fim, a Bompastor, além de bons contatos com igrejas e rádios evangélicas dentro e fora da cidade de São Paulo, editava a revista *CD Gospel*, e no final da década comprou a revista *Vinde* – que já nos anos 2000 passou a se chamar Eclésia – de grande circulação no meio evangélico, na qual divulgava os seus contratados.

Um fator que se deve levar em conta é que, enquanto promotoras de artistas e afins, essas gravadoras, por contarem com todo esse aparato midiático, possibilitavam uma grande visibilidade dos seus contratados. Os artistas que por elas gravavam seus trabalhos não só realizavam o sonho de ter seus produtos prensados e divulgados de maneira profissional, mas também tornavam-se artistas reconhecidos para um público maior, justamente por seus nomes circularem de maneira mais efusiva no meio, como foi o caso de vários artistas, tais quais Denise, que era conhecida no meio evangélico da cidade do Recife, uma vez contratada pela Bompastor, passou a se apresentar em diversas igrejas em vários Estados do Brasil.

Nas décadas anteriores, a gravadora que mais obteve destaque no meio foi a Bompastor que, como admite Elias de Carvalho, proprietário da Bompastor:

(...) a Bompastor já tinha dado um “start” comprometida com qualidade, já tínhamos contratado maestros profissionais para fazerem nossos arranjos e a gente era, assim, campeão de vendas mesmo, a gente foi engolindo todo mundo nessa relação: qualidade, novos talentos, novos valores. Novos para alguns Estados, mas já eram consagrados em seus Estados originais, como Amazonas, Manaus, Pernambuco, Salvador, Rio de Janeiro, Minas Gerais (CARVALHO, E. 2011).

De fato, essa posição e conhecimento possibilitaram um grande desempenho da Bompastor no cenário das gravadoras evangélicas no Brasil. Muitos artistas como, por exemplo, Cristina Mel, do Rio de Janeiro, foi lançada por essa gravadora e posteriormente

contratada pela Line Records. Mas, em se tratando dos artistas que não eram contratados por nenhuma gravadora, onde gravavam os seus discos?

Na cidade de São Paulo, durante o período, além dos estúdios famosos já existentes – muitas vezes utilizados pelas gravadoras evangélicas – foram sendo abertos muitos estúdios de gravação independentes, fomentados principalmente pela facilidade de importar equipamentos e *softwares*, que barateavam enormemente o custo das gravações. Frequentemente esses estúdios eram utilizados por evangélicos que, fora do circuito das gravadoras de maior renome do meio, acessavam-nos para viabilizarem as suas produções. Uma reportagem do jornal *Folha de São Paulo*, divulgada em 26 de dezembro de 1995, sob o título “Nunca foi tão fácil gravar um disco”, apontava para essa característica do mercado. Entre informações sobre os preços acessíveis para a montagem de um estúdio e a gravação de discos, a matéria discorria sobre o crescente nicho do mercado de música evangélica:

Milton [produtor e dono de estúdio de gravação independente] fez 20 Cds em novembro. Grava muito *trash* e *heavy metal*, mas já identificou o crescimento de uma nova tendência, o Gospel, na esteira das igrejas evangélicas no Brasil.

Os discos evangélicos, e também os sertanejos, são responsáveis por ajudar na sobrevivência de um produto em extinção: o disco de vinil. Do estúdio Creative Sound, por exemplo, saíram, além de CDs, vinte desses bolachões. “O vinil é o padrão para o tipo de público que eles atingem”, diz Philip Colodetti, 23, dono do Sound. (...). Para o vinil o preço é praticamente o mesmo. Com público cativo, evangélicos e sertanejos não enfrentam o grande gargalo das produções independentes: a distribuição. Está fácil fazer um disco, mas a venda de mil discos, feita sem apoio de gravadoras, pode levar mais de um ano.

O trecho da reportagem demonstra alguns aspectos importantes sobre o mercado de música independente. O primeiro é o crescimento dos empreendimentos dos segmentos Gospel e sertanejo – sendo o Gospel associado ao crescimento das igrejas evangélicas – por meio da procura de serviços feitos nos estúdios de gravação. O segundo diz respeito à escolha pelo formato LP vinil por ser do gosto geral do público desses segmentos. Por último, levanta a hipótese de que dentro desses dois segmentos haveria públicos cativos que poderiam escoar com maior facilidade as suas respectivas produções, diferentemente dos outros segmentos.

De fato, houve um grande crescimento desses dois nichos durante o período (VICENTE, 2002). Em geral, a indústria do disco no Brasil nos anos 1990, devido a uma série de fatores socioeconômicos ocorridos durante o período, passou a apostar em segmentos populares. Mesmo havendo maior aceitação do CD no mercado, deve-se levar

em consideração que esse formato era mais caro que o LP. E nesse caso a questão do formato tecnológico relaciona-se à aquisição de aparelhos leitores, o que agregaria uma dificuldade maior para a troca por um formato tecnológico mais avançado. Isso quer dizer que o público consumidor desses produtos pertenceria às classes populares.

Em pesquisa realizada no ano de 1994, na cidade do Rio de Janeiro, o ISER (Instituto de Estudos da Religião) apontou algumas peculiaridades do meio evangélico que podem muito bem ser relegadas ao cenário evangélico brasileiro. Uma delas é a “pentecostalização” do meio, ou seja, há uma predominância de denominações pentecostais no campo religioso brasileiro. As maiores denominações em termos populacionais já nessa época eram a Assembléia de Deus e a IURD (Igreja Universal do Reino de Deus), que juntas somavam mais da metade dos evangélicos (FERNANDES, 1994) – segundo dados do censo realizado pelo IBGE em 1991, representavam cerca de 13% da população brasileira. Regina Novaes, antropóloga e coordenadora do ISER, amparada pelos dados fornecidos pelo censo, arriscava dizer que já em 1994 a população evangélica brasileira poderia estar entre 16% e 18%, uma taxa de crescimento altíssima. Outro dado revelador foi o fato de apontar que a maioria das igrejas pentecostais era composta de pessoas oriundas das classes populares, que ganhavam até dois salários mínimos (63% para membros da IURD e 62% para os assembleianos). Esses dados nos fornecem subsídios para pensarmos a dinâmica da produção e consumo de discos, apontada por meio da reportagem mencionada, uma vez que as questões vinculadas ao custo e ao direcionamento do escoamento dos fonogramas levavam em consideração o poder aquisitivo dos seus consumidores. Ao julgar a opção pelo LP, podemos verificar que por trás dessa escolha esconde-se uma série de fatores.

O fenômeno do crescimento, tanto do número de gravadoras e de empreendimentos particulares, sem sombra de dúvida pode ser associado ao crescimento das denominações; no entanto, quando se pousa um olhar mais aproximado, vê-se que não foi apenas um maior contingente o grande responsável pela procura de serviços de gravação de discos – há outros fatores que devem ser considerados. Como procuramos esclarecer antes, compram-se discos por um sentido religioso: nas canções, o indivíduo encontra a “Palavra”, meio com a qual pode reforçar a sua fé no próprio culto doméstico e ainda ajudar na “obra de Deus”.

Assim, dentro do mercado fonográfico brasileiro dos anos 1990, as produções elaboradas por evangélicos ampliaram-se substancialmente devido a um quadro em que

convergir vários fatores: novas possibilidades de acesso às novas tecnologias de gravação, a expansão numérica dos evangélicos e sua necessidade de produção e consumo de fonogramas, fundamentada em sua lógica interna, mas difundida segundo os ditames da sociedade de consumo. Com vistas a completar esse quadro, vejamos agora os meios de difusão e vendas que prosperaram nesse período dos anos 1990.

3.3 Meios de difusão e vendas

Em relação à difusão e venda da música em grande escala, o que ocorreu nos anos de 1990 foi que a possibilidade de atingir um público consumidor em expansão, pelo acesso a novas tecnologias (programas de TV UHF ou a cabo e já no final da década pela internet) e as não tão novas, mas já consagradas (rádios AM e FM), gerou uma disputa por dominar esses meios de comunicação dentro do campo evangélico. Pode parecer fácil entender quando as gravadoras são vinculadas a igrejas – como é o caso da Line Records, da qual falaremos a seguir –, mas, e quanto àquelas que não estão vinculadas diretamente com nenhuma igreja, como é o caso da gravadora Bompastor?

Essas gravadoras precisam ter um aparato de venda e distribuição de seus produtos bem estruturado, pois sem isso não conseguiriam escoar sua produção. No caso da Bompastor, no mercado desde a década de 1970, além da força da marca, contava com lojas espalhadas pela capital de São Paulo e aliavam a isso a divulgação de artistas via rádios e também eventos em igrejas, principalmente, entre os batistas. Os artistas eram convidados a se apresentar em igrejas, tendo como condição a venda casada de discos, pois dessa maneira, a gravadora garantia a venda dos produtos e o cachê do artista.

Com o passar dos anos foi se tornando cada vez mais comum os artistas evangélicos praticarem a cobrança de cachê, ou seja, um valor previamente estipulado entre a instituição e a produção do artista, sem a participação de intermediários.

Ainda em relação à difusão de produtos, é importante notar que o rádio, desde os anos 1950, foi se constituindo em um dos principais veículos de divulgação para os evangélicos e ganhou, nos anos 1990, maior destaque devido à abertura de várias rádios na frequência FM. Souza (2002, p. 56) reproduz o trecho de uma entrevista divulgada na revista *Vinde*²⁶, em 1999, com o compositor e pastor Gerson Ortega, que ilustra bem esse momento:

²⁶ Hoje essa revista chama-se *Eclésia* e pertence ao grupo Bompastor.

O que incomoda Ortega é o fato de que boa parte das emissoras evangélicas pertence a gravadoras, ou vice-versa, e dedicam boa parte de sua programação à divulgação de seus artistas contratados. Uma delas é a Line Records, criada em 1991. A empresa pertencente ao grupo de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) utiliza a programação de 28 rádios da rede Aleluia espalhados em todo o território nacional na divulgação de 40 músicos e cantores. Pode-se discutir se é justo ou injusto, mas a verdade é que não é ilegal.

Essa foi uma prerrogativa do mercado nessa década. Durante o governo Collor, as rádios evangélicas passaram de 10 emissoras, em 1989, para 271, em apenas 10 anos (Ibid. 2002, p. 64). O fenômeno foi acompanhado por Paul Freston (1993). O autor salientou que o envolvimento entre políticos evangélicos no apoio a outros políticos ligados à base governista foi ricamente compensado com concessões de rádios e TVs por todo o País. Essa prática política chamada de fisiologismo, por caracterizar-se em uma rede de ajuda mútua, foi amplamente condenada durante o período, mas, no entanto, trouxe poder e visibilidade para os evangélicos no espaço social brasileiro.

A relação entre evangélicos e política se deu principalmente como meio para que alcançassem os fins objetivados: proselitismo e projeção. Não é o caso de reduzir a discussão a questões relativas aos lucros – naturalmente ele estava dentro do jogo – e sim verificar que havia um grande peso na possibilidade de expansão da fé cristã evangélica.

A partir da entrada no mercado, no início da década de 1990, de igrejas possuidoras de mídia (geradoras e repetidoras de televisão, emissoras de rádio AMs e FMs e estúdio de gravação), várias gravadoras evangélicas tiveram dificuldades para manter-se em atuação, ocasionando, em muitos casos, na sua retirada paulatina (SOUZA, 2002, p. 56).

Assim, empreendimentos como a rede MK, de propriedade do empresário, engenheiro, economista e parlamentar Arolde de Oliveira, transformaram-se em verdadeiras forças durante os anos 1990. A gravadora MK foi criada inicialmente para divulgar a cantora Marina de Oliveira, filha de Arolde, porém, com o tempo, passou a explorar o mercado da música evangélica e foi responsável por lançar diversos cantores, cantoras e bandas do cenário evangélico – muitos desses relacionados ao Movimento Gospel. Em termos gerais, a expansão dessa gravadora pode ser remetida ao conglomerado midiático do qual fazia parte. O grupo MK de comunicação, segundo o seu *website*, é constituído pela gravadora MK Music, MK Editora, Rádio 93 FM, MK Shopping e os portais de internet ELnet e Som Gospel. A exemplo da Bompastor e da Gospel Records, a relação entre mídias é evidente, e denota um *modus operandi* do processo industrial da

cultura em termos mais gerais, para a difusão e vendas de produtos, que abarca a todos os segmentos do mercado fonográfico. Passa a ter grande relevância o fato de as gravadoras estarem pareadas com outras mídias: critério necessário para todos aqueles que buscam a sua permanência no setor (DIAS, 2000).

A questão da distribuição de produtos evangélicos ganhou maior destaque durante os anos 1990 em grande medida pelas oportunidades disponíveis no momento. Os pequenos e médios empresários do mercado fonográfico do Brasil, conforme salienta Vicente (2001), foram beneficiados por redes de distribuição que se formaram a partir do processo de fragmentação das etapas de trabalho promovido pelas *majors* durante a crise que abalou o setor nos anos 1980 e início dos 1990. Muitas das grandes empresas do ramo fonográfico, por meio de acordos fechados com pequenos selos e gravadoras de pequeno e médio porte, passaram a distribuir os materiais dessas últimas em sistema de parcerias, processo este que possibilitou não uma contradição em termos de concorrência desleal e perda de dividendos para os chamados *indies*, mas ganhos para ambos os lados. Com isso, criaram-se novas possibilidades de distribuição dos produtos que antes ficariam restritos aos núcleos específicos.

No meio evangélico, em especial, essa prática avançou lentamente, ocorrendo durante toda a década de maneira gradual. No entanto, algumas gravadoras aproveitaram o momento de abertura e buscaram entrar nesses ambientes com tudo o que havia em seu alcance. As gravadoras que mais souberam ou puderam aproveitar o momento mantiveram-se de pé (SOUZA, 2002). Um fator importante para isso era ter a possibilidade de negociação e, nesse sentido, o que mandava era ter como negociar.

Em entrevista concedida, em outubro de 2011, Elias de Carvalho, proprietário e presidente da gravadora Bompastor, informou que a partir da abertura que passou a ocorrer durante o período no mercado fonográfico como um todo, pôde colocar seus produtos em alguns hipermercados. Porém, devido às condições impostas por essas redes, inviabilizaram a possibilidade de manter os seus produtos nas lojas.

Nós chegamos a vender em Carrefour, em Pão de Açúcar. Nós chegamos a colocar esse material para distribuir. Só que no caso da Bompastor, assim você tem que ter uma estrutura muito forte para trabalhar com esse pessoal: grande pesada. E as vendas nem sempre são assim tão promissoras. (...)Se você vai vender para o Pão de Açúcar, você tem que dar (...) [reproduzindo a fala dos compradores] assim, nós vamos comprar discos de você (...) para cem lojas, então eles falam, o primeiro pedido dessa semana nós não vamos pagar (...) você manda, vamos supor, três de um, dois de outro, cinco de outro não sei o quê. Quando terminar a sua distribuição eles pagam a primeira compra que eles não estão pagando. Eles chamam (...) de enxoval [reproduzindo a fala dos

compradores], “você põe esse enxoval aqui que a gente vai começar” (...) Aí você colocou o disco, assim, dando um destaque, pá paga tanto, [reproduzindo a fala dos compradores] “sobre tudo o que a gente comprar, tem 10%, que é para quando eu precisar pintar...” Pôxa vida, se eu com um disco evangélico tenho que pagar tudo isso, imagine quem tem que vender arroz, feijão, açúcar (...) E você não tem [vontade de vender seus produtos para esses estabelecimentos]? Não tenho e quando tive, não sei se valeu à pena. De verdade, assim, era um esforço muito grande para um resultado píffio, no meu caso. Agora claro, a Sony que chegar lá e colocar os artistas internacionais, nacionais, que são grandes, que o supermercado precisa ter, talvez seja uma negociação onde ela possa também exigir alguma coisa e aí fica mais equilibrado. A única coisa que aconteceu, foi que algumas pessoas também entenderam que esse tipo de produto evangélico era bom e começar colocar em papelarias, em supermercados – supermercados pequenos é melhor é mais fácil de se trabalhar (CARVALHO, E. 2011). (grifos nossos)

O depoimento de Elias de Carvalho é interessante, pois releva que somente contando com um aparato empresarial de grande porte pode-se sustentar parcerias de distribuição com redes de hipermercados ou grandes redes varejistas.

De fato, uma das condições mais gerais nas negociações entre as redes de supermercados/hipermercados e seus fornecedores é a possibilidade de ter como assumir as suas regras, que vão desde poder gerar bonificações – espécie de bônus gerados em mercadorias – e chamado “enxoval, um tipo de doação de produtos. Trata-se de uma prática bastante difundida nas negociações com redes de supermercados/hipermercados e que visa a fidelização de fornecimento com as lojas recém-abertas: a empresa fornecedora envia produtos que, obviamente, não se restringem apenas a discos – sem custo para as lojas – em troca de continuar cadastrado como fornecedor. Nesse caso, aqueles que discordam são substituídos por outros fornecedores, e assim por diante. Há, naturalmente, casos de recusa ou até mesmo negociação da quantidade dos produtos a serem enviados, mas isso sempre depende do poder de barganha e da força da marca do fornecedor. Assim, Elias de Carvalho expôs que não pôde continuar e passou a não disponibilizar os seus produtos em redes de hipermercado ou similares²⁷. Outras gravadoras, como a Gospel Records, por exemplo, ao entrar nesse circuito, disponibilizaram durante um bom tempo seus produtos. Gravadoras e selos pequenos se utilizaram de outras estratégias.

De qualquer modo, é necessário ressaltar que a distribuição de produtos obedeceu, em grande medida, à lógica da venda de produtos *in loco*. Isso quer dizer que as vendas concentraram-se em lojas especializadas, livrarias de igrejas, impulsionadas pelas apresentações dos artistas ao vivo – que também aproveitavam o momento para vender os seus produtos diretamente ao público das apresentações. Essa prática há muito tempo, já

²⁷ Entrevista concedida em outubro de 2011.

havia se consolidado no meio evangélico, e com o passar dos anos não perdeu sua força. A maioria absoluta das igrejas possui em suas dependências uma livraria que vende bíblias, discos e uma grande variedade de produtos, como, livros, camisetas, chaveiros etc. Em algumas denominações, como é o caso da Igreja Internacional da Graça de Deus, antes do final do culto, são oferecidos esses produtos aos fiéis, que podem pagar diretamente ou incluir na contribuição mensal à igreja.

Além da venda direta nas igrejas, existem as vendas feitas pelo “colportor”²⁸. Esse profissional é uma espécie de vendedor de porta em porta, que compra os produtos diretamente de livrarias e gravadoras, revendendo-os em igrejas ou diretamente ao fiel/consumidor. A ele é atribuído um grande peso religioso, visto que é tido como um “missionário itinerante”, exercendo a função de levar a “boa nova” aos fiéis das igrejas ou anunciar aos não convertidos.

Diferentemente de outros “circuitos autônomos”, o evangélico está ligado a um forte aparato midiático (rádios AM e FM, programas de TV e revistas), o qual, reforçado pela facilidade de distribuir os produtos diretamente ao seu consumidor final, levou a um aumento gradual da venda de discos. Vale frisar, como apontado anteriormente, que a relação entre o crescimento populacional das denominações evangélicas e a venda de discos teve papel destacado.

3.4 O padre e o bispo: os grandes vendedores oficiais²⁹

O fenômeno de vendas no setor de música cristã não veio somente do meio evangélico. Foram as vozes dos padres cantores que ecoaram de maneira mais efusiva no mercado. Desde o início da década de 1990, vários artistas católicos despontavam com seus trabalhos, alguns desses divulgados pela gravadora Paulinas, a maior no meio católico e uma das maiores do segmento religioso. Ganhou destaque, porém, o trabalho de padres cantores como Antônio Maria, Zeca e Marcelo Rossi, sendo este último o principal protagonista daquilo que se transformou na ofensiva católica diante do crescimento evangélico, tornando-se um fenômeno de público e de vendas.

²⁸ De origem francesa, a palavra remete aos vendedores ambulantes de mercadorias e livros no final da Idade Média na Europa, especificamente em países como França e Escócia. Com os anos, passou a ser associado a todos os vendedores autônomos de livros religiosos. Em muitas denominações, tais quais os Adventistas do Sétimo Dia, A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, a figura do “colportor” tem grande relevância como estratégia proselitista. Nesses casos, o trabalho não é de venda, mas de propagação da mensagem cristã e doutrinária dessas denominações.

²⁹ Consideram-se oficiais todos os números divulgados pela ABPD (Associação Brasileira de Produtores de Discos).

Em um país de maioria católica – mesmo admitindo-se o fato de grande parte desse contingente se declarar como não praticante –, não é de se admirar que a venda de discos com conteúdo religioso batesse recordes. Porém, é necessário prosseguir a análise com cautela e verificar os outros lados da moeda, pois o fato de ser católico não faz de nenhum artista um supercampeão de vendas. Exemplo disso foi o padre José Maria que, contratado no mesmo período do padre Marcelo Rossi, não conseguiu atingir nem um terço da vendagem do seu colega de altar/palco. O fato, nesse sentido, vai além das prerrogativas de vendas impulsionadas pela religião, mas se instala, por isso, uma série de fatores entre si.

No caso específico do padre Marcelo Rossi, há vários fatores que contaram a seu favor: ele é jovem, divertido, carismático, com um discurso fluido e de fácil assimilação. Como aponta André Ricardo de Souza (2005, p. 80):

Padre Marcelo ganhou destaque pela desenvoltura com que presidia as “missas de libertação” na Paróquia Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e Santa Rosália, na diocese de Santo Amaro, missas de cura e danças coreografadas. A quantidade de pessoas que afluíam às suas celebrações cresceu junto com sua importância entre os padres das dioceses. (...) A estréia de Marcelo Rossi na chamada “evangelização eletrônica” aconteceu em 1996 na rádio Canção Nova, de Cachoeira Paulista.

De acordo com o autor, o padre Marcelo Rossi naquele momento se posicionava como um agente da reação católica em relação ao crescimento evangélico. O fenômeno encabeçado por ele gerou bons frutos na mídia e a sua exposição em redes de TV no final da década de 1990 bateu todos os recordes de audiência, tornando as suas missas muito disputadas. Para entender o papel que exercem ainda hoje os padres cantores, é necessário verificar como foi produzido tal fenômeno no espaço social brasileiro. A questão colocada por Souza a respeito do carisma de Marcelo Rossi é sem dúvida o ponto chave para avançar na análise. Bom moço, filho dedicado, aluno mediano, segundo o autor:

Apesar de não ser um bom pregador por grande parte do clero, Marcelo Rossi efetivamente se comunica bem, através de gestos e frases curtas de efeito. Nesse sentido, ele é inegavelmente carismático, no sentido sociológico do termo (WEBER, 1964). Em suas mensagens costuma tratar das emoções íntimas da relação do fiel com Deus. Ele também se dirige com frequência à família, falando como um “bom moço e bom filho”, estando às vezes acompanhado de sua mãe, Vilma Aparecida Mendonça Rossi (Ibdi, 2005, p. 83).

Foi com essa maneira simples e direta que o sacerdote parece ter conquistado muitos seguidores e, ainda mais, conseguiu atrair católicos que há muito não frequentavam a igreja. Ele, de fato, promoveu muitas inovações dentro da igreja católica no Brasil,

introduziu e ampliou festas que já constavam no calendário da igreja, e, principalmente, deixou mais descontraídas as missas. Além disso, Marcelo Rossi figura entre os maiores vendedores de discos da história do País. Segundo a ABPD (Associação Brasileira de Produtores de Discos), ele vendeu mais de três milhões de discos com o seu trabalho de estréia, “Músicas para Louvar”, recebendo o prêmio de disco triplo de diamante, em 1999, e álbum de diamante duplo, por ter alcançado o número de 2,5 milhões de discos vendidos, sendo o primeiro gravado pela Polygram e o segundo pela Universal Music. Vale apontar que muitas das inovações promovidas por Marcelo Rossi não eram tão novas assim, como, por exemplo, a proposta de fomentar barzinhos e acampamentos de Jesus. No caso dos barzinhos, a ideia já havia sido posta em prática pelo seu antecessor, Padre Zeca, e também pela neopentecostal igreja Renascer em Cristo. Os acampamentos eram uma antiga prática das igrejas evangélicas, sobretudo as não pentecostais, remetendo à cultura estadunidense de envio de jovens para locais de diversão em época de férias. É importante frisar que já desde o surgimento do fenômeno do padre Marcelo Rossi, os evangélicos o acusam de utilizar e até plagiar suas ideias, desde músicas até mesmo práticas de evangelização. De todo modo, além de denotar que a disputa pelo mercado religioso é bastante acirrada, pode-se deduzir que há, pelo menos, uma grande sinergia entre as duas frentes, em que flui uma troca intensa de práticas que se retroalimentam, ou seja, no calor da disputa surge uma espécie de busca por superar cada vez mais o seu oponente utilizando, para tanto, suas próprias armas como meio de contra-ataque.

Em resposta às ações perpetradas pela igreja católica que ficaram amplamente conhecidas pelo padre Marcelo Rossi, a IURD (Igreja Universal do Reino de Deus) respondeu na figura do bispo Marcelo Crivella, sobrinho e braço direito de Edir Macedo. De acordo com a sua página na internet³⁰, Marcelo Crivella é formado em Engenharia Civil, casado, pai de três filhos e avô de dois netos. Foi, durante quase dez anos, missionário na África do Sul, é escritor, compositor e cantor. Atualmente o bispo ocupa, pela segunda vez consecutiva, a cadeira de senador da República pelo Estado do Rio de Janeiro – foi o senador mais votado em 2002. A sua trajetória artística iniciou-se em 1991, com a gravação de um disco intitulado “Aos que sofrem”, no mesmo ano em que foi enviado à África do Sul para servir como missionário. Desde então, gravou alguns discos, mas o sucesso foi alcançado em 1998 com o disco “O mensageiro da solidariedade” que,

³⁰ www.marcelocrivella.com.br

segundo a ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Disco), vendeu mais de 1 milhão de cópias, recebendo o prêmio de disco de diamante.

Interessante notar é que tanto o padre Marcelo Rossi, como o bispo Marcelo Crivella, lançaram discos na mesma época, e ambos atingiram grandes marcas de vendagem de discos. As semelhanças que comungam, além de terem o mesmo nome e serem sacerdotes carismáticos, revelam um estado de concorrência evidente. Ambos aparecem como estandartes na acirrada luta dentro do campo religioso, a qual também se verifica nas produções fonográficas. Muitos autores apontam para essa constante luta pelo domínio do campo entre a igreja católica e os evangélicos, mais bem visualizado quando se trata da IURD (Igreja Universal do Reino de Deus).

De todo modo, em se tratando da disputa sobre vendas oficiais de discos – nos números computados pela ABPD – os católicos levaram a melhor, porém, em números não oficiais, os evangélicos ultrapassaram as vendas do setor. A somatória total do meio católico e evangélico chegou no final da década em mais de 4 milhões de unidades.

3.5 As vendas não oficiais

Muitos foram os artistas que declararam grandes quantidades de vendas de discos. As cifras divulgadas por eles e suas respectivas gravadoras ultrapassam os números divulgados por artistas populares. Só para citar duas das maiores vendedoras de discos do meio evangélico, Aline Barros e Cassiane, juntas durante toda a década de 1990, venderam cerca de 2,3 milhões de unidades. Essa lista se amplia quando se trata dos ministérios de louvor e adoração, como é o caso do “Diante do Trono”, que em seu CD de estreia vendeu cerca de 1,4 milhões de unidades. Esses números podem ser acompanhados em vários *websites* dispostos na internet, porém, não há como garantir até que ponto se confirmam, pois a maioria dos selos e gravadoras não estava filiada à ABPD, órgão privado responsável por declarar e certificar as vendas de discos no País. Segue abaixo um quadro com os maiores vendedores de discos da década de 1990 dentro do segmento de música religiosa brasileira:

Maiores vendedores de discos da década				
Artista	álbum	Ano	Gravadora	Vendagem
Aline Barros	Sem Limites	1995	MK Music	250.000
Cassiane	Sem Palavras	1996	MK Music	100.000
Aline Barros	Voz do Coração	1998	MK Music	500.000
Cassiane	Com muito louvor	1999	MK Music	1.000.000
Diante do Trono	Diante do Trono	1998	Diante do Trono	500.000
Padre Marcelo Rossi	Musicas para Louvar	1998	Polygram	3.000.000
Bispo Marcelo Crivella	Como Posso me Calar?	1998	Line Records	100.000
Diante do Trono	Exaltado	1999	Diante do Trono	250.000
Lauriete	Palavras	1999	Line Records	250.000
Bispo Marcelo Crivella	Mensageiro da Solidariedade	1999	Sony Music	1.000.000
Padre Marcelo Rossi	Um presente para Jesus	1999	Universal Music	2.500.000

Fontes: *Websites* na internet: Cassiane³¹, Gospel Channel³², Gospel Mais³³.

Verificando a tabela acima, podemos perceber algumas peculiaridades. Por um lado, as vendas de discos entre católicos e evangélicos são parecidas. Contudo, levando-se em consideração que no caso católico as vendas foram decorrentes de um só artista, verifica-se uma enorme disparidade. Por outro lado, o que chama a atenção é a quantidade de mulheres que figuram como grandes vendedoras de discos no setor – elas foram maioria. E, tendo em vista que o grupo Diante do Trono é liderado por uma mulher, Ana Paula Valadão, a quantidade aumenta. Esse dado remete a uma comparação direta em relação à média de duas mulheres para cada homem, verificada entre os evangélicos pela pesquisa feita pelo ISER (Instituto de Estudos da Religião) em 1994, na cidade do Rio de Janeiro, denotando assim uma grande participação feminina no processo de crescimento evangélico no país. A tabela também mostra uma atuação expressiva de gravadoras especializadas no segmento evangélico, ficando evidente uma forte atuação da MK Music, seguida do selo Diante do Trono – criado exclusivamente para lançar os discos do grupo de mesmo nome –, acompanhados pelo selo Line Records. As *majors* dentro do segmento mantiveram a postura de atuar de maneira pontual, aproveitando somente o que de mais expressivo surgisse no cenário, resguardando-se, assim, de possíveis fracassos.

Ultrapassando um pouco os dados objetivos da tabela acima, vale atentar para o fato de que quase todos os artistas acima relacionados são sacerdotes, ou ocupavam à época cargos de liderança em suas comunidades. Esse ponto é revelador, pois serve para verificarmos que a figura do líder carismático (WEBER, 1964) esteve em alta, aliando a

³¹ Disponível em <<http://cassiane.com/?deals=destination-weddings>>. Acesso em 18/10/2011 – 27/02/2011.

³² Disponível em <<http://gospelchannel.blogspot.com/2010/04/exclusivoos-cds-mais-vendidos-do-brasil.html>>. Acesso em 18/10/2011 - 27/02/2012.

³³ Disponível em <<http://dicas.gospelmais.com.br/cassiane-discografia-completa.html>>. Acesso em 18/10/2011 - 27/02/2012.

sua postura a de *showman* (ou “*showoman*”, como na maioria dos casos). O fato remete uma vez mais para outro apontamento da pesquisa, elaborada pelo ISER, referente ao fato de que “a maioria dos evangélicos apoia a participação de mulheres na hierarquia da igreja” (FERNANDES, 1994, p. 145).

Vale ressaltar, mais uma vez, o fato de que o fenômeno que se expressa em vendagens de discos aponta para o cenário da disputa pelas almas dentro do campo religioso brasileiro. Mesmo levando em conta que houve uma maior vendagem de discos pelo padre Marcelo, a expressividade dos números apresentados pelos evangélicos é impressionante, pois nos dão uma ideia da força mobilizada desse setor.

Mas o mercado não se resumia apenas à ação dos grandes vendedores de discos. Os pequenos selos e gravadoras lançaram uma variada gama de discos consumidos em espaços reservados à venda de produtos evangélicos. Um exemplo desse tipo de lugar é a Rua Conde de Sarzedas, localizada no Bairro da Liberdade, no centro velho da cidade de São Paulo que, desde os anos 1970, constituiu-se como um dos principais pontos de vendas de produtos direcionados para o público evangélico. A ocupação dessa rua por esse tipo de comércio se deve ao estabelecimento de uma série de igrejas evangélicas, principalmente pentecostais, que ficavam ao seu redor, sendo a maior delas a Igreja Pentecostal Deus é Amor, localizada a alguns metros do final da rua. Com o tempo, essa rua passou a ser referência para aqueles que pretendiam comprar bíblias, discos, revistas, livros e toda a sorte de produtos relacionados ao culto protestante, como sacolinhas de tecido para o recolhimento de donativos, toalhas decoradas para o púlpito etc. Uma série de pequenas gravadoras se concentraram ali, tais como RDE (Recanto dos Evangélicos), Deus é Amor, Gêmeos de Jesus, Som e Louvores, entre outras.

Em algumas conversas estabelecidas com vendedores da Conde de Sarzedas e reportagens pesquisadas posteriormente indicaram que pelo menos sete gravadoras existiam ali nos anos 1990: Luz Divina, Deus é Amor, GCS (Gravadora Cristo Salva), RDE (Recanto dos Evangélicos), Gêmeos de Cristo, Louvores Celestes e Novas de Paz³⁴. Essas gravadoras, como apontado no segundo capítulo, especializaram-se em lançar artistas evangélicos pentecostais ligados a ritmos populares como o sertanejo, a guarânia e o baião. Os números de vendas desses artistas são controversos, pois, a rigor, não há como captar esses dados. Durante as conversas estabelecidas com vendedores das gravadoras, não há nenhum critério mais rigoroso de contagem de discos vendidos – foi informado que

³⁴ “Discos e fitas divulgam a crença” - Jornal *O Estado de São Paulo*, 17 de fevereiro de 1991.

os discos vão sendo vendidos e a contagem é feita pela tiragem. Como não há nenhuma numeração comprobatória, fica difícil uma maior precisão dessa contagem. O que se pode afirmar com certeza é que se trata de uma atividade lucrativa. Um dado que pode indicar isso são os catálogos de artistas. A GCS (Gravadora Cristo Salva) apontava, em 1991, ser possuidora de um catálogo com 70 álbuns e sua grande maioria vendia bem³⁵. Outro exemplo eloquente é a gravadora, como a Bompastor: à época contava com um catálogo de mais de 400 discos, entre artistas brasileiros e estrangeiros. Hoje em dia o seu catálogo soma mais de 1.000 títulos.

De fato, os números são expressivos, mas investigá-los em maior profundidade é tarefa para uma nova verificação. O cenário evangélico brasileiro é um complexo mosaico composto por diferentes denominações que surgem e racham o tempo todo. Muitas igrejas fomentaram e bancaram inúmeras gravações, assim como ações particulares introduziram diversos discos no mercado, dos quais não se tem nenhum controle. Como apontado antes, é praticamente impossível aferir esses números de vendas já que nenhuma dessas produções foi registrada na ABPD. Como o segmento evangélico deve muito de suas vendas a esses pequenos empreendimentos e à ação de gravadoras especializadas no público evangélico durante os anos 1990, muito de sua verdadeira face ainda fica por ser revelada.

3.6 O segmento das gravações evangélicas no país

O segmento das gravadoras especializadas em música evangélica no Brasil aumentou enormemente a partir da década de 1990. Se até o final da década de 1980 eram de aproximadamente quarenta, no final da década esse número mais que duplicou, chegando a cerca de oitenta no total. No entanto, a maioria dos empreendimentos era sempre de tamanho reduzido, de baixo orçamento e com poucos lançamentos (poucos ou apenas um artista por ano). Algumas tiveram um destaque maior como era já o caso de gravadoras como Koinonya Music (DF), Arca Musical (RJ) e AB Records (RJ) – gravadora criada para lançar os discos da cantora Aline Barros –, Estrela da Manhã (PR) e na cidade de São Paulo RDE (Recanto dos Evangélicos) e Som e Louvores (SOUZA, 2011). Dentre as que mais expressivamente se destacaram, seja por lançamentos no mercado, seja por vendas de discos, foram apenas quatro: MK Publicitá (RJ), Line Records (RJ), Gospel Records

³⁵ Idem.

(SP) e Bompastor (SP).³⁶ Essas quatro gravadoras foram responsáveis pelo maior número de lançamentos e consecutivamente os maiores vendedores de discos da década, impulsionados pelos fatores abaixo:

- Crescimento populacional evangélico;
- Estratégias de *marketing*;
- Movimento Gospel;
- Mudanças na dinâmica da produção de discos na indústria fonográfica mundial;
- Novas tecnologias e formatos;
- Proliferação de gravadoras especializadas em música cristã.

É importante evidenciar que essas gravadoras surgiram no eixo Rio-São Paulo e a partir daí planejaram as suas ações. Vale lembrar também que essas grandes cidades foram berço das denominações evangélicas que mais contribuíram para a mudança do perfil cultural dentro do campo religioso brasileiro, quais sejam, a IURD e a Igreja Renascer em Cristo, uma apostando nas camadas populares, a outra nas classes médias (principalmente nos jovens). Aliado a isso, soma-se o fato de que as duas cidades são as mais ricas do Brasil, abrigando condições materiais para a concretização das produções fonográficas, assim como a sua difusão e distribuição.

O segundo dado que salta dessa constatação diz respeito ao vínculo denominacional. Das gravadoras citadas, verifica-se que estavam diretamente ligadas a denominações, destacando-se a Gospel Records (RC) e a Line Records (IURD). As outras duas estavam nas mãos dos empresários batistas Elias de Carvalho e Arolde de Oliveira. Não deixa de ser significativo o fato de que as denominações neopentecostais estivessem à frente desses empreendimentos. Os investimentos que essas denominações fizeram em mídia superaram muitos empreendimentos de empresas sem vínculo religioso. A sua força simbólica e econômica foi responsável por propagar de maneira mais intensa aquilo que já ocorria dentro do meio evangélico, catalisada pelo Movimento Gospel: uma cultura evangélica “moderna”, jovem e “antenada” com a cultura *pop*, transformando não só modos de ser e agir dos evangélicos, mas também de católicos da vertente carismática, tão bem representada nas performances dos padres cantores na década de 1990.

³⁶ Os dados históricos das gravadoras foram coletados em várias fontes (reportagens em jornais da época, informações disponibilizadas nos *websites* e, no caso da Bompastor, entrevistas com o proprietário e presidente, o Sr. Elias de Carvalho).

O terceiro dado refere-se ao aproveitamento de vários elementos da cultura mundializada (o uso de um *marketing* mais agressivo por parte dessas gravadoras e a promoção e divulgação de ritmos populares) como estandarte de atuação. Esse dado aponta para a maneira como as várias denominações evangélicas no País passaram a se portar, como meio para proteção do seu núcleo teológico (FREESTON, 1993).

Como apontado anteriormente, a gravadora MK Publicitá, criada para divulgar a cantora Marina de Oliveira, surgiu na cidade do Rio de Janeiro, no final da década de 1980. Porém, com o sucesso dos cantores Gospel, passaram a ser lançados e produzidos outros artistas. O seu fundador é Arolde de Oliveira, principal executivo e dono do grupo MK, que incluía, à época, a gravadora, uma rádio FM e uma editora de livros. Em seu *casting* de artistas figurava uma das maiores vendedoras de discos da década de 1990: Cassiane, a primeira cantora vinculada ao estilo intitulado “pentecostal”³⁷.

A gravadora Gospel Records foi fundada em São Paulo pelo publicitário Antônio Carlos Abbud e Estevam Hernandes Filho, principal líder da Igreja Renascer em Cristo. A atuação da Gospel Records encabeçou o Movimento Gospel. Essa gravadora investiu em bandas de vários estilos musicais, mas os destaques foram as bandas de *rock* e *pop rock*, o que lhe conferiu grande exposição na mídia dentro e fora do campo evangélico. Algumas das bandas mais famosas do meio foram reveladas nessa gravadora, tais quais Oficina G3, Katsbarnéa, Renascer Praise, Complexo J, entre outras.

A gravadora Bompastor, como apresentado anteriormente, foi fundada em 1971, por Elias de Carvalho e, desde o seu surgimento, despontou por apostar em qualidade e profissionalismo, gerando, segundo o seu proprietário, produtos mais bem acabados. Pela Bompastor foram lançados grandes ícones da música evangélica, tais quais Luiz de Carvalho, Cristina Mel, Banda Azul, Pragode, e, entre os estrangeiros, a banda de *rock* estadunidense Petra e a cantora Amy Grant (considerada a rainha do *pop* cristão). Durante as décadas de 1970 e 1980, foi a gravadora evangélica que mais novidades trouxe para o mercado fonográfico de música cristã.

A história da gravadora, de maneira geral, remete à própria formação de um segmento de gravadoras especializadas no público evangélico. Muito dessa história passou pelas mãos do seu proprietário, Elias de Carvalho. Verifica-se que as suas ações refletem as

³⁷ Esse estilo musical tem características que fazem de passagens bíblicas do Velho Testamento, pelo forte apelo de jargões do tipo “fogo caindo do céu” e “do poder ilimitado de Deus”, muito apreciado pelo público pentecostal.

mudanças que, ao longo dos anos, foram se projetando dentro do meio evangélico. Sua trajetória é, neste sentido, exemplar:

Então, eu entendia olhando os discos – a gente classifica mercado evangélico e mercado secular – (...) dentro do mercado secular o que era feito, eu falava, poxa, a gente tinha que fazer alguma coisa assim no mercado evangélico. Eu já começava a receber material lá de fora [anos 1980] e via que as gravações evangélicas eram maravilhosas, muito bem feitas e tal. Claro, não dá para comparar um país com as dimensões dos Estados Unidos, com o número de evangélicos que têm lá, com o poder aquisitivo têm, com o do Brasil (CARVALHO, E. 2011).

A fala de Carvalho aponta para a separação entre o mercado secular e o mercado dito evangélico. Esse traço do dualismo está fortemente enraizado no imaginário evangélico desde a época da inserção do protestantismo no País. O proprietário do grupo Bompastor é enfático em apontar que haviam modelos a serem ressignificados dentro do arcabouço simbólico evangélico. Além disso, faz uma menção a respeito das produções elaboradas nos Estados Unidos da América, que por ser um país com fatores socioeconomicos desenvolvidos, possibilitariam uma melhor produção, distribuição e venda de fonogramas. Essas duas comparações apontam para uma suposta atitude empreendedora da ampliação da qualidade com vistas a melhorar a imagem das gravações de músicas evangélicas no País.

Carvalho fala sobre a questão do crescimento populacional das igrejas e revela ainda mais a sua posição como empresário. Em tom conciliador, afirma:

Nesse momento [década de 1990] também as igrejas começaram a explodir, nesse movimento pentecostal e neopentecostal, começaram a crescer muitas igrejas novas com divisões e subdivisões. (...) E essas separações eu sempre vi de uma forma muito positiva, porque elas todas continuam crescendo, um maior número de pessoas é alcançada e eu vejo isso de uma forma, assim, muito positiva. Pena que alguns líderes não estão tão preocupados com a parte doutrinária. Então eu acho muito importante [a separação das igrejas para o crescimento dos evangélicos no Brasil]. A pessoa tem que estar preparada, tem que conhecer realmente a bíblia. Mas a grande maioria tem feito isso. Então, começou essa explosão no Brasil dentro das igrejas. (CARVALHO, E. 2011) (grifo nosso)

Como visto, o depoimento de Elias de Carvalho revela vários aspectos do que foi tratado até aqui. Partindo de um espírito empreendedor, o proprietário da Bompastor nos revela as impressões de empresário preocupado com a qualidade de seus produtos, sempre buscando novidades. De olho no mercado religioso crescente, acena de maneira positiva

para as novidades. De uma maneira ou de outra já havia saído em vantagem sobre outros empreendimentos verificados durante os anos 1990, pois já gozava de todo um *knowhow* para lidar com o crescente mercado de música direcionada ao público evangélico. Um dado a ser ressaltado é que até o final da década de 1990, a Bompastor conseguiu sobreviver muito bem às mudanças introduzidas no meio, mas já havia perdido o posto de líder de mercado para a MK Publicitá.

Um efeito importante do crescimento dessas gravadoras foi a sua participação em várias edições da feira Expo CD, espaço criado pela indústria fonográfica para divulgar e expor aos interessados o que havia de melhor no mercado (VICENTE, 2001). Essa participação lhes conferiu uma visibilidade em termos de negócios não obtida anteriormente no setor. A quantidade de discos produzidos não é certa, mas de acordo com uma reportagem da *Folha de S. Paulo*, de 18 de abril de 1999, no final da década o mercado evangélico já seria responsável por pelo menos 15% da produção de discos no Brasil, que girou em torno de 93,7 milhões, ou seja, mais de 14 milhões de discos . Segundo informações de Elias de Carvalho, nessa mesma reportagem, a gravadora Bompastor foi responsável por cerca de 1,2 milhões de discos por ano. Isso demonstra o peso do segmento evangélico, revelando que não só as empresas haviam crescido, mas o seu mercado.

Considerações finais

Muitos foram os grupos e atores sociais responsáveis pela construção do segmento das produções fonográficas evangélicas que hoje se observa no Brasil. Constituído por uma série de denominações, as várias tensões entre esses grupos não deixaram de se traduzir em um lugar também de similaridades e convergências. A música, de uma maneira geral, esteve sempre envolvida nesse processo. Falar de produção musical e fonográfica, portanto, é falar um pouco sobre a história desse segmento e de seus conflitos. Seria impossível em um estudo como este resumir essas relações sociais, travadas, ano após ano, e apontar todos os momentos importantes. O problema posto era entender e localizar as produções fonográficas evangélicas no Brasil, principalmente no período de 1970 a 1990, dentro da indústria fonográfica brasileira. A escolha não foi fortuita, na medida em que, durante esse período, o atual cenário da produção fonográfica evangélica ganhou os contornos que hoje tem: um mercado em expansão que cresce praticamente sem lidar com crise de nenhum tipo. A hipótese central era de que as gravadoras evangélicas teriam surgido da intersecção entre as ações religiosas e o desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil mercantil, caracterizando-se, desde o início, por um modo sinérgico de atuação com o capitalismo. Se, por um lado, vêm utilizando largamente os meios de comunicação, por outro, utilizam-nos para reafirmar os seus preceitos teológicos.

Ao expor de que modo a música evangélica gravada surgiu e se configurou ao longo dos anos no Brasil, foi possível perceber sua correlação com mudanças importantes dentro do panorama sociocultural, econômico e político no País, que foram acompanhadas de perto por uma intensa mudança no campo religioso brasileiro. Em conjunto, essas mudanças geraram uma série de ações no plano cultural evangélico. Dentro desse conjunto de mudanças destaca-se o uso da música pelos diversos grupos evangélicos no espaço social brasileiro, revelando com isso a intensa troca simbólica entre evangélicos e a sociedade brasileira.

Com o intuito de entender essa dinâmica, foram detectados, primeiramente, os elementos explicativos da música evangélica: o hinário e o corinho, apontando que os elementos simbólicos ali contidos ligavam-se diretamente à teologia dos vários grupos evangélicos introduzidos no País e, de outro modo, apontavam para o futuro, sendo a base na qual a atual música evangélica se funda. Assim, pode-se constatar que há um *continuum*

entre o passado e o presente que une em um sentido geral os diversos grupos evangélicos por meio da música que não pode ser desprezado de maneira alguma. Além disso, foi possível apontar como a música é concebida e utilizada por evangélicos não pentecostais e pentecostais. No segundo capítulo, o objetivo foi localizar as primeiras gravadoras especializadas em música evangélica no País. A intenção foi menos refazer a história das primeiras gravações e as respectivas gravadoras, mas apontar como foram se desenvolvendo e se posicionando enquanto produtoras de fonogramas no País, antes do advento do Gospel. Foram apresentadas informações relativas aos primeiros cantores, passando pelos grupos jovens e todas as novidades que trouxeram para o segmento. Nesse sentido, observou-se que durante o período estudado (principalmente 1970-1980) houve muitas ações que partiram de particulares ou foram veiculadas por igrejas associadas a pequenas gravadoras especializadas no segmento evangélico. Porém, mesmo havendo algumas contratações feitas por *majors*, o período se caracteriza por ações não coordenadas, produções dispersas em nichos muito pequenos, relegando aos artistas desfrutar de renome somente em suas próprias congregações ou, quando muito, em sua região de atuação. Nesse período, apenas a gravadora Bompastor fazia o intercâmbio entre artistas, levando-os a outros pontos do País. Assim, pode-se afirmar que, até o final dos anos 1980, não havia uma integração entre os artistas e grupos evangélicos, ou seja, a própria ideia de um mercado fonográfico evangélico integrado ainda não se fazia presente. Com as possibilidades no plano socioeconômico, político e cultural do País, gozadas a partir de meados dos anos 1990, esse quadro foi mudando e se reverteu em ganhos para o cenário evangélico em termos de aumento numérico – tanto no número de denominações, quanto populacional –, visibilidade e projeção política. Não foi por acaso, portanto, que surgiu uma mídia especializada integrada em redes e voltada para a população evangélica e, no caso da produção fonográfica, o segmento de música evangélica pôde estabelecer-se de maneira mais articulada, tendo como expressão principal o Movimento Gospel que, como uma ótima estratégia de *marketing*, conseguiu não só catalisar e reunir boa parte das novas tendências do meio evangélico – ressignificando a cultura mundializada para o ambiente religioso –, mas rompeu com muitas das barreiras estabelecidas entre as demais denominações evangélicas e entre elas e o “mundo”, sem com isso abrir mão de sua base doutrinária.

Quando verificamos o empreendimento de um disco dentro do campo evangélico, é necessário observar que este é operado por um sentido simbólico; implica relacioná-lo

dentro do universo de tomadas de posição possíveis do universo evangélico. Nesse sentido, o processo de elaboração e produção de um disco também se condensa na ideia de *testemunho* e prestação de serviços divinos. Ao se conceber esse produto, assume-se o papel de um emissário de Jesus Cristo e não só o de um mero artista ou produtor de canções a serem comercializadas. A lógica aqui verificada ultrapassa, assim, a lógica racional, puramente dita, pois encerra em si o sentido do jogo (BOURDIEU, 1996). Além disso, é preciso entender que a lógica cristã do “dai de graça o que recebe de graça” está implícita nesse processo. O artista evangélico que produz um disco procede de modo a estabelecer a devolutiva da *dádiva* recebida por Deus. Essa *dádiva*, recebida pelo Espírito Santo – nesse caso o dom da música – deve obrigatoriamente ser retribuída. A troca é estabelecida diretamente com o divino, sem a necessidade de intermediários.

Assim, a troca de dádivas (...) concebida como paradigma da economia de bens simbólicos, opõe-se à dádiva retribuída da economia, já que não tem como princípio um sujeito calculista, mas um agente socialmente predisposto a entrar, sem intenção ou cálculo, no jogo da troca. É nesse sentido que ela ignora ou recusa sua verdade objetiva de troca econômica (BOURDIEU, 1996, p. 170-71)

A lógica racional economicista não consegue captar esse sentido não econômico, e só é possível observá-lo após verificar-se a lógica interna partilhada pelos sujeitos. Tanto artistas consagrados pelas gravadoras quanto os artistas que viabilizam com recursos próprios as suas produções estão preocupados em devolver a *dádiva* recebida. O sucesso ou os ganhos materiais seriam apenas consequência dessa troca.

Referências

ALMEIDA, Ronaldo e MONTERO, Paula. **Trânsito religioso no Brasil**. São Paulo: SP em Perspectiva, 15 (3), p. 92-101, 2001.

BAGGIO, Sandro R. **Revolução na música gospel: um avivamento musical em nossos dias**. São Paulo: Exodus, 1997

BARROS, Laan Mendes de. **A canção de fé no início dos anos 70: harmonias e dissonâncias**. Dissertação de Mestrado apresentado ao departamento de Comunicação Social do Inst. Metodista de Ensino Superior. São Bernardo do Campo, 1988.

BOURDIEU, Pierre. **Sociologia**. Org. Renato Ortiz. São Paulo: Ática, 1983

_____. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989

_____. **Razões práticas sobre a teoria da ação**. Campinas, SP: Papius, 1996.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BELLOTTI, Karina Kosicki Bellotti. Entre a Cruz e a cultura pop: mídia evangélica no Brasil in **Novas perspectivas sobre o protestantismo brasileiro**. Org. Cesário Leonel Ferreira. São Paulo: Paulinas, 2008

_____. **Delas é o reino dos céus: mídia evangélica infantil na Cultura pós-moderna (1950-2000)**. Annablume: São Paulo, 2010.

BRAGA, Henriqueta Rosa Fernandes. **Música sacra evangélica no Brasil: contribuição à sua história**. Rio de Janeiro: Kosmos, 1961.

CARVALHO, Elias. **Cantores de Jesus: depoimento [7 de Setembro, 1983]**. São Paulo: *Veja*. Entrevista concedida a redação à revista.

_____. **Depoimento.** São Paulo. Entrevista concedida a Edson Alencar Silva em 20/10/2011.

CARVALHO, Luiz de. **Nascido para louvar.** [Maio de 2011]. São Paulo: Eclésia. Entrevista concedida a Claiton Cesar e Marcos Stefano. Disponível em http://www.ecllesia.com.br/revistadet1.asp?cod_artigos=341. (acessado em 20/05/2011)

CARDOSO, Luiz de Souza. **A formação do protestantismo de missão no Brasil – evangelizar educar** – Unimep – São Paulo (S/D)

CUNHA, Magali do Nascimento. **Vinho novo em odres velhos: um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil.** 2004. Tese de doutorado apresentada à área de concentração: Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da USP, São Paulo, 2004.

DOLGHIE, Jacqueline Zioldo. **Por uma sociologia da produção e reprodução musical do presbiterianismo brasileiro: a tendência gospel e a influência no culto.** 2007. Tese de doutorado apresentada à Faculdade de Filosofia e Ciências da Religião da Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2007.

_____. *Uma análise sociológica do culto brasileiro: percursos e tendências* in **Novas perspectivas sobre o protestantismo brasileiro.** Org. Cesário Leonel Ferreira. São Paulo: Paulinas, 2008

DIAS, Márcia Tosta. **Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

ELIAS, Norbert. **O processo Civilizador.** Trad. Ruy Jungman, rev. e apres. Renato Janine Ribeiro, Rio de Janeiro: 1994.

FERNANDES, Rubem de Souza. **Novo nascimento: Os evangélicos em casa, na igreja e na política.** Rio de Janeiro: Maud, 1998.

FERRARO, Alceu Ravello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** Revista Educação e Sociedade, Campinas, volume 23, n. 8, p. 21-47, dez. 2002.

FRESTON, Paul. **Protestantes e política no Brasil: da Constituinte ao impeachment.** Tese de doutorado apresentada no departamento de Sociologia da IFCH-Unicamp, Campinas, 1993.

GRIBIN, Anthony J e SCHIFF, Matew M. **The Complete Book of Doo Wop.** USA: Krause, 2000.

HOLLER, Marcos Tadeu. **Os Jesuítas e a música no Brasil colonial**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010

KERMES, Werinton. Discos e fitas divulgam a crença - *Jornal O Estado de São Paulo*, São Paulo, 17 de fevereiro de 1991.

KIM, Catedral. **Catedral: evocando o Rock'n Roll Evangélico**. [Maio, 1999]. Rio de Janeiro: Audio Música & Tecnologia. Entrevista concedida a Cíntia Laport e André Luiz Melo.

MANGA, Luciano. **Meus dias no Oficina G3**. Rio de Janeiro: MK Ed, 2008.

MARIANO, Ricardo. **Expansão Pentecostal no Brasil: o caso da Igreja Universal do Reino de Deus**. Revista Estudos Avançados, 18 (52), 2004.

_____. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

_____. **Crescimento Pentecostal no Brasil: fatores internos**. Revista de estudos da religião, p. 68-95, 2008.

MENDONÇA, Antônio Gouvêa. **O celeste porvir: a inserção do protestantismo no Brasil**. São Bernardo do Campo: IMS, 1995.

MENDONÇA, Antônio Gouvêa e VELASQUES FILHO, Prócoro. **Introdução ao protestantismo no Brasil**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2008.

_____. **O global e o local: mídia, identidades e usos da cultura**. Revista Margem/ Faculdade de Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, nº 3, EDUC: São Paulo, 1994

MÓDULO, Parcival. **Música tripartida: herança do século dezenove**. Fides Reformata 1/2, Mackenzie, 1996.

MARTINS, Lenice Amélia de Sá. Cruzamento de vozes: relato testemunhal no pentecostalismo católico. Disponível em <<http://www.filologia.org.br/anais/anais%20III%20CNLF40.html>>

MAUSS, Marcel. *A prece*. In: **Grandes cientistas sociais: Antropologia**. Roberto Cardoso de OLIVEIRA (org.). São Paulo: Ática, 1979.

PIERUCCI, Antônio Flávio e PRANDI, Reginaldo. **A realidade social das religiões no Brasil**. São Paulo: Hucitec, 1996.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. 5ª. ed, 4ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2001.

_____. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5ª ed., 7ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PINHEIRO, Márcia Leitão. **Na pista da fé: música, festa e outros encontros culturais entre evangélicos do Rio de Janeiro**. 2006. Tese de doutorado apresentada ao departamento de Sociologia e Antropologia da UFRJ, Rio de Janeiro, 2006.

QUIRINO, Luiz Armando. Blog do Pr. Luiz Armando Quirino. Disponível em <http://luizarmandoquirino.blogspot.com.br/2009_06_01archive.html> acesso em 13/09/2011

REILY, Duncan Alexander. **Metodismo e música sacra em São Bernardo do Campo**. Revista Caminhando, v. 9, nº 1 [15], 2005.

SANTOS, Valdevino Rodrigues dos. **Tempos de exaltação: um estudo sobre a música e a glossalalia na Igreja do Evangelho Quadrangular**. São Paulo: Anna Blume, 2002.

SOUSA, Salvador. **História da Música evangélica no Brasil: de 1554 até 2009**. Brasília – DF: Clube dos Autores, 2011.

SIEPIERSKI, Carlos Tadeu. (2001) **De Bem com a vida: o sagrado num mundo em transformação**. 2001. Tese de doutorado apresentada no departamento de Antropologia Social da FFLCH/USP, São Paulo, 2001.

SILVA, Jouberto Heringer. **A música na liturgia de Calvino em Genebra**. Fides Reformata, 7/2, Mackenzie, 2002.

SOUZA, André Ricardo de. **Igreja in Concert: padres cantores, mídia e marketing**. São Paulo: Anna Blume; Fapesp, 2005.

SOUZA JÚNIOR, Milton Rodrigues **Música Sacra, mas nem tanto...: a história das origens da música evangélica no Brasil e o equívoco no conceito de sacralidade musical**. São Paulo: Arte Editorial, 2010.

SOUZA, Zilmar Rodrigues de. **A música evangélica e a indústria fonográfica no Brasil: Anos 70 e 80**. 2002. Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Artes da Unicamp, Campinas, 2002.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Atica, 1981.

_____. **Música Popular: um tema em debate**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1997.

VICENTE, Eduardo. **A música popular e as novas tecnologias de produção musical: uma análise do impacto das tecnologias digitais no campo da produção da canção popular de massas**. 1996. Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Sociologia da Unicamp, Campinas, 1996.

_____. **Música e disco no Brasil: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90**. 2001. Tese de doutorado apresentada à Escola de Comunicação e Artes da USP, São Paulo, 2001.

VICENTINI, Érica de Campos. **Sérgio Pimenta: canção e propaganda religiosa (1968-1987)**. Dissertação em História Social, FFLCH USP, São Paulo, 2000

_____. **A produção musical evangélica no Brasil**. 2007. Tese de doutorado apresentada no departamento de História da FFLCH/USP, São Paulo, 2001.

WEBER, Max. **Ensaio de sociologia**. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

_____. **Os fundamentos racionais e sociológicos da música**. São Paulo: Edusp, 1995.

_____. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo**. São Paulo: Companhia das letras, Edição de Antônio Flávio Pierucci, 2008.

Sites Consultados

www.abpd.org.br. Acesso em 20/10/2009..

<http://ims.uol.com.br>. Acesso em 03/04/2010.

<http://cassiane.com/?deals=destination-weddings> Acesso em 18/10/2011 – 27/02/2011.

<http://dicas.gospelmais.com.br/cassiane-discografia-completa.html> Acesso em 18/10/2011 – 27/02/2011.

<http://gospelchannel.blogspot.com/2010/04/exclusivoos-cds-mais-vendidos-do-brasil.html>. Acesso em 18/10/2011 – 27/02/2011.

www.marcelocrivella.com.br Acesso em 16/01/2012.

http://luizarmandoquirino.blogspot.com.br/2009_06_01archive.html. Acesso em 13/09/2011.

<http://www.vpc.com.br/website/default.asp>. acesso em 17/01/2011.