



# **○ GOSPEL DA RENASCER EM CRISTO E SUAS RELAÇÕES COM O CAMPO PROTESTANTE BRASILEIRO**

## **GOSPEL MUSIC AT RENASCER EM CRISTO AND ITS RELATIONS WITH BRAZILIAN PROTESTANT FIELD**

**Jacqueline Z. Dolghie**

É mestre em Ciências Sociais e Religião na Umesp, bacharel em Música pela Universidade Estadual Paulista – Unesp e em Teologia no Instituto Bíblico do Brasil; doutoranda em Ciências Sociais e Religião pela Universidade Metodista de São Paulo – Umesp; pesquisadora do grupo Gipesp (Grupo Interdisciplinar de Pesquisa do Protestantismo) – Umesp. É professora assistente I e chefe do Departamento de Ética e Cidadania na Universidade Presbiteriana Mackenzie, onde também ministra aulas em pós-graduação *Lato Sensu*.



---

## RESUMO

A autora discute o lugar da música *gospel* nas igrejas neopentecostais, especialmente na Igreja Renascer em Cristo (IRC). Conceitua os termos pela comparação de diferentes estilos musicais e, finalmente, estabelece o conceito de música *gospel* que usará para a IRC. Examina, em seguida, o histórico do envolvimento da IRC com a criação do mercado *gospel* no Brasil, seu desenvolvimento e transformações, com as conseqüentes implicações no culto, na liturgia, na visão do procedimento de evangelização. A autora passa, então, a analisar letras de várias canções produzidas pelas bandas e músicos da IRC, encontrando, quanto ao estilo, uma tendência musical do *rock* nos grupos ligados a essa igreja; entende que o espaço de mercado ocupado pelo *gospel* da IRC e por outras neopentecostais atende à necessidade da sociedade, especialmente do público jovem.

---

## PALAVRAS-CHAVE

Música *gospel*; *marketing* musical religioso; cântico evangelístico; campo religioso.

---

## ABSTRACT

The author discusses gospel music's place in neopentecostal churches, particularly at Renascer em Cristo Church (IRC). Conceptualizes the terms comparing different musical styles, and finally establishes the gospel music's concept that will be used for IRC, proceeding to examine the historical IRC involvement in the process of creating a gospel market in Brazil, its development and changes with consequence in services, liturgies and view of evangelization procedure. The author also analyzes lyrics of songs produced by groups and single musicians of IRC, finding out that, as a style, there is a tendency with church groups to produce rock music; she concludes that IRC gospel music market products fulfills society necessities, especially for young people.

---

## KEYWORDS

Gospel music; religious music marketing; evangelistic singing; religious field.

# 1. INTRODUÇÃO

---

O campo religioso brasileiro foi, nas últimas décadas, invadido por novas formas de religiosidade, dentre elas as religiões denominadas neopentecostais. Sem ater-se à discussão do termo – sem dúvida amplo e generalizado –, essas igrejas neopentecostais trouxeram para o protestantismo brasileiro uma série de inovações, dentre elas a música.

O neopentecostalismo introduziu como elemento cúl-tico um estilo de música totalmente inovador, até então, no meio mais tradicionais do protestantismo histórico. Inovador não apenas no sentido estético-musical, mas também simbólico e litúrgico. Isso porque muitas dessas novas igrejas abandonaram por completo a hinódia clássica do protestantismo histórico e passaram a produzir e reproduzir outros tipos de canção. Essas canções tornaram-se cada vez mais “livres” no estilo musical, que incorpora toda espécie de ritmos e de cadências, com o acompanhamento dos mais variados instrumentos musicais. Mas de que música se fala aqui? Da chamada música *gospel*.

O que é música *gospel*? A primeira comparação a fazer é com o *gospel* norte-americano. Este, originado das canções de escravos negros, cantava as aflições de um povo marginalizado e explorado pelo branco e foi, sem dúvida, uma forma de resistência. Além disso, o *gospel* norte-americano, desenvolvido a partir do *negro spiritual*, designava um estilo musical próprio, que originou, inclusive, outros ritmos seculares – o *jazz*, por exemplo.

Não se trata do *gospel* que remete a um contexto histórico-social e a um estilo musical bem definidos. Antes, o *gospel* brasileiro refere-se a toda e qualquer canção que “fale de Deus”, seja qual for o estilo estético musical adotado. Assim, há que considerar como música *gospel* desde o *rock* até o baião.

Então, o que difere o *gospel*? Parte-se do pressuposto de que a diferenciação não se encontra em determinado estilo musical, mas sim na possibilidade de uso de todos os estilos musicais para a produção da música religiosa. De fato, a terminologia aqui utilizada e que entrou nas igrejas evangélicas

com força nestes últimos anos foi utilizada com ênfase pela Igreja Renascer em Cristo (IRC)<sup>1</sup>.

Essa igreja, valendo-se de estratégias de *marketing*, não só lançou a terminologia como também é responsável pela consolidação do chamado “mercado de música *gospel*” (lembrar que, já na década de 1920 do século passado, grande parte dos musicistas negros de *jazz* incluíam e popularizavam a chamada música *gospel*). Na realidade, a produção da música *gospel* não é exclusividade da IRC. Ela fez uma adaptação de cânticos que sempre foram produzidos pelo protestantismo histórico, mas que ganharam nova significação sob seu enfoque. Analisando o percurso histórico das igrejas protestantes do Brasil, verifica-se que o *gospel* segue o caminho aberto pelos assim chamados “corinhos” e cânticos que, desde meados da década de 1950, chegaram ao Brasil pelas instituições paraeclesialísticas<sup>2</sup>. Essa música, sempre colocada à margem da hinódia oficial, foi ganhando espaço entre os jovens das igrejas históricas e se desenvolvendo desde então. Pode-se perceber que sua trilha, aqui no Brasil, sempre seguiu as programações de juventude, como acampamentos, festivais, atividades de evangelização, e outras.

Portanto, a música *gospel* é um produto simbólico adaptado. Veio atender a novas questões litúrgicas ligadas ao neopentecostalismo, mas também responder a uma demanda religiosa do protestantismo histórico referente à área da hinódia.

Pode-se fazer essa afirmação ao constatar que essa música é ouvida e difundida por jovens protestantes históricos das mais variadas denominações<sup>3</sup>. Ou seja, embora seja uma mú-

---

<sup>1</sup> A igreja Apostólica Renascer em Cristo foi fundada em 1986, em São Paulo, por Estevam Hernandes e sua esposa, Sônia Hernandes. A sede da igreja localiza-se na avenida Lins de Vasconcelos, onde são realizados três cultos dominicais com um público aproximado de 15.000 pessoas em cada reunião. Em 2000, a Renascer possuía 353 igrejas no Brasil, duas nos Estados Unidos e uma na Espanha. Todas as informações da Igreja foram obtidas em entrevista realizada com o então vice-presidente, bispo Geraldo Tenuta, no ano de 2001.

<sup>2</sup> Para maiores esclarecimentos do percurso histórico dos cânticos no Brasil, ver Dolghie (2002).

<sup>3</sup> A afirmação tem base nos resultados de trabalho de campo realizado nos anos de 2000 a 2002. Desenvolveu-se observação direta em uma série de eventos *gospel* patrocinados pela IRC e constatou-se o grande número de jovens protestantes históricos que participavam dos eventos. Às vezes, os jovens estavam acompanhados do próprio pastor da igreja, outras vezes formavam caravana ou pequenos grupos, e muitos participavam de forma individual. Os eventos consistiram praticamente na Marcha para Jesus, gravações e lançamentos de CDs *gospel*, *show SOS da Vida* etc.

sica voltada para as novas formas de culto neopentecostais, o *gospel* não se difunde apenas nesses meios, mas vem sendo amplamente divulgado e consumido pelos jovens protestantes históricos. É nesse ponto que a característica do mercado se faz presente. Os jovens protestantes, independentemente de sua denominação, têm acesso fácil a esse mercado e podem, sem censura de suas igrejas, consumir sem reservas todo tipo de música religiosa.

Seguindo a proposta de Maduro (1983, p. 137-138), verifica-se que a criação de um produto pelos especialistas de uma religião não cria, em si, o consumo de tal produto. Ele declarou:

[...] nem a procura religiosa, nem a produção religiosa – nenhuma delas por si só – pode provocar o consumo religioso; este é resultado, única e exclusivamente, da convergência de uma procura religiosa insatisfeita com a oferta do produto adequado a esta procura. Sempre que e somente se ocorrerem essas duas condições, ocorrerá consumo religioso.

Ou seja, somente quando um produto aparece para suprir alguma insatisfação religiosa é que o consumo religioso acontece. Dentro dessa perspectiva, o consumo do *gospel* pelos jovens protestantes históricos denota uma demanda relacionada à música nas igrejas tradicionais. Dessa forma, uma análise dos motivos do crescimento do *gospel* passa, obviamente, pelas novas questões trazidas com o neopentecostalismo, como o tipo de culto, o *marketing* e a constituição de um mercado próprio e estruturado dessa música, mas também revela a insatisfação religiosa (ou necessidade?) de um grupo do protestantismo histórico – os jovens. Na concepção de Maduro, o consumo religioso confirma a demanda que existia.

Não é intenção deste trabalho verificar como essas demandas foram surgindo no meio protestante<sup>4</sup>. Contudo, é possível relacioná-las, desde questões internas do culto até fatores

---

<sup>4</sup> Faremos referência novamente à dissertação *A Renascer em Cristo e o mercado de música gospel*, na qual foram trabalhados os aspectos teóricos de Bourdieu e Maduro, em relação a demanda religiosa no meio protestante. A base está nas teorias já desenvolvidas por Berger e seguida pelos autores citados, do chamado “mercado religioso”, e “mercado de bens simbólicos”.

apenas referentes a movimentos jovens, estes últimos sempre relacionados aos chamados “evangelismos” e “louvorões”.

A adaptação da música veio exatamente nesses dois pilares do campo protestante: a música litúrgica e a música de evangelismo. Na área litúrgica notamos que certa música sempre marginalizada pelo protestantismo histórico – os cânticos e suas diversas formas estético-musicais – atinge *status* litúrgico. Ritmos como *rock* e *samba*, com temas ligados à adoração, são incorporados à liturgia de igrejas como a Renascer. O cântico evangelístico, por sua vez, sempre relacionado a reuniões específicas de jovens, agora é voltado para *shows*, lançamentos de CDs, gravações ao vivo, mega-eventos etc.

É nesse sentido que o *gospel* traz suas novas características. Segundo o bispo Antonio Abbud<sup>5</sup>, a música *gospel* veio marcar uma nova “embalagem” da música evangélica: “Eu diria que há dez anos atrás, a música *gospel* não existia no Brasil. Nós tínhamos a música evangélica e a música sacra” (FOFFU, 1999, p. 29).

Nessa citação é possível perceber a distinção entre a três tipos de música: sacra, evangélica e *gospel*. Embora tal distinção careça de maiores explicações, pode apontar para o “salto” entre os cânticos e o *gospel*, esses dois tipos distintos da música sacra, ou seja, da hinódia oficial. Dessa forma é possível estabelecer três tipologias para o trabalho que desenvolvemos: a hinódia tradicional, que se vale, por sua vez, da hinódia norte-americana e inglesa; a música evangélica (cânticos, usada nos louvorões e programações de mocidade, à margem da hinódia oficial); e a música *gospel*, que abrange a liturgia oficial de algumas igrejas neopentecostais e o mercado fonográfico e de entretenimento.

A diferença entre música “evangélica” e música *gospel* é citada por muitos músicos. O momento mais marcante é aquele em que grandes nomes da música evangélica dos anos 1970 e 1980 constatam tal fato. Assim, de acordo com Uas-syr Vêrotti, ex-integrante do grupo Vencedores por Cristo (VPC) (FOFFU, 1999, p. 28):

---

<sup>5</sup> O bispo Antonio Abbud era bispo da Igreja Renascer em Cristo de Alphaville, São Paulo, em 2002.

A virada radical veio nos anos 90. Nós éramos muito tímidos na época do VPC, Semente, Elo, mas a entrada da Renascer fez com que o movimento ganhasse espaço na mídia. A música saiu das quatro paredes da igreja e ganhou outros locais. A rádio e a TV foram fundamentais para isso.

Portanto, não se trata mais de um mesmo produto, mas da adaptação total de um produto antigo, baseada na análise do campo religioso protestante brasileiro. O conhecimento do campo foi fundamental para que o *gospel* assumisse o perfil atual. Até quando tal termo designará uma amplitude tão grande não é possível prever.

Atualmente o *gospel* abrange todo tipo de estilo musical, além de conotar a idéia de música usada para o culto e para o entretenimento. As teologias são diversas, e o caráter típico de mercado reforça a possibilidade de escolha do consumidor.

Isso posto, passa-se para a análise, ou para o que poderíamos chamar de uma breve descrição do mercado de música *gospel*.

## 2. O MERCADO GOSPEL: UMA DESCRIÇÃO

---

Quando se fala em mercado *gospel* contextualiza-se essa música inserindo-a no que se considera sua gênese<sup>6</sup>. Em outras palavras, falar de *gospel* é falar de mercado e de todas as suas conseqüências. Pode-se verificar, com certeza, a formação de um público, na maioria de jovens na faixa etária dos 15 até os 30, das mais variadas denominações protestantes históricas, das igrejas pentecostais clássicas e, obviamente, das igrejas neopentecostais, que consome os mais variados gêneros musicais do *gospel*<sup>7</sup>. A incorporação de uma ética merca-

---

<sup>6</sup> Cabe aqui destacar a importância da Igreja Renascer em Cristo, que colocamos como principal agente para a formação e divulgação do mercado de música *gospel* no Brasil.

<sup>7</sup> O consumo de música *gospel* foi analisado de forma indireta por meio das entrevistas com diversos agentes do meio, que atuam em rádios e gravadoras; com músicos e bandas; no trabalho de campo em participações de *shows gospel* e na análise de revistas especializadas na música *gospel*.

dológica, com as especificações da área fonográfica, é cada vez mais crescente, e o número de bandas, rádios e gravadoras *gospel* mostram que o mercado pode ser lucrativo.

É importante a constatação de que se trata de mercado novo e, por enquanto, específico ao meio evangélico. Portanto, os números obtidos na análise de mercado têm de ser comparados com veículos musicais do meio evangélico anteriores e não com números do mercado secular. Por isso, quando se fala em crescimento de gravadoras etc., a comparação é com o que existia até 1990 no meio evangélico. Os números atuais mostram a consolidação nesse meio.

Mas como esse mercado consolidou-se e cresceu tanto? Para caminhar com a descrição desse mercado, não se pode deixar de ressaltar a importância fundamental da IRC em seu desenvolvimento. A Renascer, portadora de estratégias de *marketing*, lançou a terminologia *gospel* no sentido de diferenciar essa música da que então vinha sendo produzida e, por questões já discutidas anteriormente, a música *gospel* ganha a preferência dos jovens das mais variadas denominações. O importante é perceber a intenção declarada do líder dessa Igreja, Estevam Hernandes e de seu então sócio Antonio Abbud, de criarem um produto específico para um público-alvo determinado. Em depoimento à revista *CCM Brasil Magazine* (FOFFU, 1999, p. 26), Estevam Hernandes explicou por que começou trabalhar com o “segmento” (termo usado pela revista) *gospel*:

Foi vendo e constatando alguns aspectos. Primeiro: a baixa qualidade da música (evangélica). Segundo: a falta de credibilidade e a despreocupação em ter um produto adequado para que extrapolasse as fronteiras do segmento evangélico e, efetivamente, que nós tivéssemos na música um instrumento de evangelismo, estabelecendo uma música mais direta para um determinado público alvo. Essa foi a nossa preocupação inicial, quando nós assumimos a direção da rádio Imprensa FM.

Em outra parte de sua entrevista, Hernandes complementou:

Eu acho que dentro do sentimento que tinha no nosso coração, nós passamos a observar algumas coisas e, juntamente

com o bispo Abbud, começamos a olhar o conceito de música *gospel*. Na época, até o Nelsinho Motta (produtor musical e apresentador do programa Manhattan Connection, do Canal GNT) já falava que um dos fenômenos que poderia concorrer em termos musicais, depois de alguns outros fenômenos como o *rock*, o sertanejo e algumas outras coisas, poderia ser o *gospel*, porque ele tinha características de alcançar o mercado e atender à sociedade como um todo. E então nós partimos agressivamente para isso.

Partindo desse pressuposto, de alcançar um mercado, a Renascer, usando de estratégias de *marketing* (ver acima) lançou seu produto principal, a música *gospel*, no mercado, contribuindo assim, de forma decisiva, para sua consolidação. Muitas foram as estratégias de “ativação” desse produto. O uso de canais de comunicação em massa, como rádio e TV, o patrocínio de *shows* ao vivo, de mega-*shows* em estádios com bandas *gospel* internacionais, gravações e lançamentos de CDs etc., colocaram definitivamente a música *gospel* em contato com o público-alvo: o jovem. A instauração do mercado deu-se por completo. Os agentes internos desse mercado mostram a satisfação com os resultados obtidos e denotam um movimento que não tem mais retrocesso no Brasil.

Duda Baguera, profissional experiente do meio secular e diretor da rádio Manchete Gospel em julho de 2000, falou em uma entrevista<sup>8</sup> sobre o mercado de música *gospel* no Brasil e mostrou, como todos os agentes desse meio, a expectativa de atingir os canais de comunicação e a mídia secular:

Estamos na terceira geração de músicos que vendem o seu produto. Eu falo de uma primeira geração de solistas, que depois do culto vendia seus discos [...] já a segunda geração trouxe as bandas, que eram os grupos como Vencedores [...] essa terceira geração já é o *gospel* e está sendo reconhecida de uma forma legal, fazem *shows*, são profissionais e tudo mais. Mas ainda estão atrás do mercado e das tendências. O *rock* do *Oficina* e do *Resgate* ainda está um pouco atrás do *rock* das bandas na-

---

<sup>8</sup> A entrevista foi realizada em agosto de 2000, na rádio Manchete *Gospel*. O entrevistado era então o diretor artístico da rádio.

cionais. Eu creio que isso vai crescer e a quarta geração vai produzir e ditar as tendências em pé de igualdade com bandas seculares, vai dividir o mesmo mercado. Hoje nós estamos vivendo o que aconteceu nos EUA há 20 anos atrás. Atualmente lá os músicos cristãos concorrem lado a lado com os que não são [...] O *gospel* foi um divisor de águas sem dúvida, porque os grupos ganharam visibilidade e mostraram pra a galera que não são ETs coisas assim, mas ainda falamos de números como setenta mil, cem mil, e isto não significa nada. Quem vende muito, vende 150 mil e é muito pouco ainda [...] temos potencial para crescer e entrarmos em rádios comuns, programas de TV e tudo mais (*sic*).

A *Revista Show Gospel*: O guia da música evangélica, que teve seu primeiro número lançado em 2000, mostra também a intenção de expandir o mercado e traz o mais completo informe do *gospel* em âmbito nacional. Trata-se de uma revista setORIZADA, específica para empresas, agentes promocionais e artistas que visam atuação no mercado *gospel*. A criação da revista é um ponto relevante, que denota a consolidação efetiva desse mercado. O editorial do primeiro número é esclarecedor e mostra um pouco do perfil do mercado:

*Show Gospel* nasceu com o objetivo de mostrar o que acontece neste – pode-se dizer – gigantesco setor. Artistas que antes tinham suas notícias restringidas a publicações vinculadas à esta ou àquela igreja, agora poderão ser divulgados num veículo comprometido apenas com a missão de mostrar o profissionalismo deste mercado que cresce a passos largos no Brasil e no mundo. [...] *Show Gospel* chegará às mãos de *todos* os profissionais envolvidos com o mercado: lojistas, radialistas, organizadores de eventos, empresários, agentes, jornalistas, produtores de programas de TV, casa de *shows*, igrejas, pastores [...] Enfim pessoas que compram discos, realizam eventos ou promovem *shows*. Mais: como não encaramos o “*gospel*” como um gênero restrito apenas aos meios evangélicos, também enviaremos a publicação para setores do mercado do entretenimento não ligados a igrejas: *principais* lojistas, agentes, empresários artísticos, organizadores de eventos, radialistas e produtores de TV. [...] se o seu artista ou sua empresa não constam em nossas páginas (matérias ou listagens), entre em contato conosco, que

teremos o maior prazer em publicar sua informação na próxima edição [...] E que Deus abençoe a todos.

A revista tem mais de setecentos nomes de bandas e de solistas na listagem de artistas do último número (FURUNO, 2001, ano II, n. 5). O número de solistas soma a quantidade de 348 no Rio de Janeiro e 341 em São Paulo. Minas Gerais é o terceiro da lista com o número de 61. Os outros estados perfazem o total de 130 artistas. As bandas são, na maioria, de São Paulo e somam a quantidade de 172, enquanto no Rio de Janeiro são 81. Minas Gerais continua em terceiro com o número de 26 e os outros estados perfazem um total de 67 bandas. A listagem é feita em ordem alfabética e contém *e-mail*, endereços e telefones para contato. Artistas internacionais e nacionais que moram fora do país são também encontrados na listagem.

A revista ainda traz outras listagens:

- *Serviços*: arranjadores, artes gráficas, assessoria de imprensa, assessoria fonográfica, barracas e coberturas para apresentações, brindes, bufês, catracas eletrônicas, colagem de cartazes, compositores, credenciais, direitos autorais, distribuidoras, duplicadores de CDs, efeitos especiais, escolas de música, espaços para *shows*, estúdios, filmagens, fotografia, geradores, ingressos, instrumentos musicais, luz e som, marcas e patentes, masterização, móveis para camarins, palcos, produção de vídeo, produção visual, segurança, serenata *gospel*, técnico de som, telões, transporte terrestre e aéreo, trios elétricos, *web design*, *workshop* e outros.
- *Produtores musicais*, com uma média de cinquenta nomes, a grande maioria (trinta) do estado de São Paulo.
- *Produtores de evento*, com 82 nomes no último número, a grande maioria distribuída entre os estados de São Paulo e Rio de Janeiro.
- *Rádios gospel*: 132 rádios entre AM e FM. 35 no estado de São Paulo, com 9 na capital; 14 no rio de Janeiro; 15 no Paraná e 15 em Minas Gerais.
- *Gravadoras gospel*: 111 gravadoras, com a maior concentração em São Paulo e Rio de Janeiro.

Além de uma listagem completa dos agentes do meio *gospel*, a revista ainda promove premiações da categoria. O mercado busca de todas as formas impor suas leis específicas aos que desejam fazer parte dele. A linguagem mercadológica fonográfica é nítida, bem como o tipo de divulgação promocional dos inumeráveis artistas *gospel*.

### 3. O MERCADO E SUA RELAÇÃO COM O CAMPO RELIGIOSO

---

Contudo, embora o mercado se estabeleça com leis próprias e claras no meio *gospel*, trouxe um aspecto confuso no campo religioso protestante brasileiro. Alguns músicos temem essa confusão, que aparentemente mistura aspectos religiosos e profissionais. Músicos renomados, que desde os anos 1980 já atuavam no meio musical, evangélico são os que mais se preocupam com a forte tendência de profissionalização (não fica muito claro o sentido dentro do texto como um todo). Uassy (VPC) declarou em entrevista (FOFFU, 1999, p. 26):

Agora, a coisa cresceu tanto, que se tornou um tanto quanto perigoso, porque tem banda chegando e gravando sem nenhum compromisso com uma igreja e, no fim, a gente não sabe quem é sério e quem não é. Tem de verificar quem está aí só para faturar.

João Alexandre, compositor e arranjador que também atua desde a década de 1980, afirmou na mesma entrevista (FOFFU, 1999, p. 28): “[...] a música está profissional, mas a meu ver, até demais, porque acabou virando um mercado como outro qualquer [...]”.

Entretanto, embora temerosos com o mercado *gospel*, a maioria dos artistas não nega importância da valorização profissional. Muitos misturam na mesma resposta às entrevistas, sem maiores problemas, palavras como « *show* » e « evangelismo » e falam, ao mesmo tempo, da preocupação com o mercado, com salvar vidas e com suas respectivas “carreiras”. É o

caso do depoimento de Carlinhos Félix, ex-integrante do grupo pioneiro Rebanhão, que hoje mora nos Estados Unidos e tem um CD gravado na Flórida, em 2000. Para ele (FOFFU, 1999, p. 26):

[...] A música *gospel*, como nomenclatura, foi uma estratégia que deu certo. Foi uma nova fase que abriu muitas portas e deu grande visibilidade para a música *gospel*. [...] Mas tudo isso foi positivo, na medida em que o próprio interesse da mídia secular despertou a atenção da mídia especializada. O importante é não perder a visão e nem a cabeça, não deixando se iludir com o sucesso, porque o que vale a pena são os frutos e as vidas salvas [...] Hoje eu sigo a minha carreira nos Estados Unidos e estou em negociação para gravar um CD em espanhol.

Cotada pela mídia especializada como a maior estrela da música *gospel*, Aline Barros teve uma carreira surpreendente. Em 1995 lançou seu primeiro disco por um selo independente, que depois de quatro anos passou a ser a gravadora AB Records. Nos quatro CDs lançados entre os anos de 1995 a 1999, Aline vendeu mais de 800 mil cópias. É a cantora que mais aparece em programas de TV, dentre eles, *Xuxa Park*, *Eliana & Companhia*, *Programa Raul Gil*, *Criança Esperança*, *Hebe Camargo*. Em uma entrevista à *Show Gospel*, a estrela do *gospel*, em meio à descrição de sua carreira nacional e anunciando a futura carreira internacional, fez declarações que envolviam “fé”, propagação da “palavra de Deus” e “bênção”. Declarou (FURUNO, 2000, p. 14):

Sem dúvida, a música é um de nossos instrumentos mais importantes na propagação da palavra de Deus. Incentiva o crescimento da fé evangélica, atraindo, principalmente, o público jovem. [...] Amo o que faço. Além de cantar, fico feliz em saber que minha música abençoa a vida de muitas pessoas.

Assim, pode-se perceber que não há uma distinção entre a música de entretenimento e a música de evangelização; entre o crescimento e sucesso na carreira e expansão e propagação da “Palavra de Deus”. O que notamos é que tudo o que fale de Deus ou pelo menos das coisas de Deus é um meio de evangelizar, ou seja, de levar a mensagem do evangelho a uma

pessoa ainda não-convertida ao cristianismo, melhor dizendo, ao protestantismo e seus subcampos. Não se fala mais de evangelização para jovens, mas sim de “*shows gospel*”, espetáculos produzidos, na realidade, para um número cada vez maior de jovens já evangélicos. Portanto, se trata de um mesmo produto, apresentado com grande produção artística, mas que atinge as funções de evangelização e de entretenimento. Contudo, o discurso “evangelístico” é mantido pela maioria dos músicos e bandas, e não há o menor conflito em aliar cachês que podem variar de mil a 15 mil reais por apresentação.

O outro grande estilo do *gospel*, o gênero chamado “louvor e adoração”, também tem tomado aspectos diferentes no campo religioso. Se há uma distinção clara na parte poética da música *gospel* sobre o que é louvor, está cada vez mais difícil verificá-la ao tratar dessa música. Na realidade o gênero “louvor e adoração” está tão ativo no mercado quanto a música de entretenimento. Nisso também o aspecto de *show* é inconfundível. Orquestras, dançarinos e alta produção artística não faltam às principais bandas de louvor do país, entre elas a Renascer Praise em São Paulo e a banda Diante do Trono, da Igreja Batista da Lagoinha (a maior igreja local do Brasil, com cerca de 20 mil membros em 2003), em Minas Gerais, que contam nas suas gravações com números superiores a 70 mil pessoas. Assim, não faltam bandas de igrejas e comunidades que realizem verdadeiros espetáculos nas gravações e lançamentos dos CDs de louvor e adoração.

Disso decorre que o próprio estilo chamado louvor tem, de fato, muito *show*, mas pouco louvor. Aqui também a metamorfose do sentido se faz presente: trata-se de uma devoção ou de uma diversão? Ou serão os dois elementos, antes distintos, que agora se unem para formarem esse novo produto? O gênero louvor, principalmente nas gravações e lançamentos de CDs, muitas vezes pode assumir aspectos de entretenimento e de diversão em lugar do louvor. Isso dificulta a compreensão do que seja música para louvor, visto que para definir o que seja louvor é preciso passar por valores religiosos. Ou seja, o encontro de dois universos, antes totalmente distintos – a diversão e a adoração – faz parte de uma fatia lucrativa do mercado *gospel* e põe em questionamento antigas definições no meio do campo religioso protestante. Diga-se, apenas para ilustração, que o gênero louvor é o responsável pelos mais pro-

duzidos *shows* do meio *gospel* e são verdadeiros espetáculos, com gelo seco, palcos giratórios, danças coreográficas, etc. Dentro desse contexto cabe a pergunta: que motivação atrai um público tão grande para esses eventos? Se for o louvor, teremos de formular outra pergunta: os jovens evangélicos, diante de tão grande espetáculo em oferecimento a Deus, conseguem louvá-lo também só com um violão? É nesse sentido, então, a referência a funções diversificadas, a nosso ver, ambas assumidas pelo louvor *gospel*: a adoração e a diversão.

Esse fato pode ser notado ao comparar o tipo de apresentação de louvor que já vinha sendo difundido em igrejas neopentecostais e em comunidades anteriores à Renascer, sendo a principal delas em São Paulo, a Comunidade da Graça. Essa igreja foi a primeira a lançar a gravação ao vivo do gênero, contudo *shows* e grandes espetáculos não caracterizavam as gravações. Conclui-se que, além do estilo espetáculo da Renascer ser reproduzido por outras igrejas, a questão mercadológica de concorrência foi um fator predominante para que o gênero assumisse tal forma.

## 4. O GOSPEL ATUAL: AS VÁRIAS TENDÊNCIAS

---

Mas do que fala o *gospel*? Por causa da expansão do fenômeno, é impossível resumir as várias tendências teológicas e estilísticas da música *gospel*. As bandas atuais tratam dos mais variados assuntos, antes não pensáveis em letras evangélicas. Os enfoques são diversos, seguindo geralmente a tendência poética do gênero musical secular, com o conteúdo da mensagem inverso.

Contudo, embora já se tenha um referencial a problemas sociais, como fome, violência, drogas, política, a saída para tais condições é colocada apenas em Jesus Cristo. Desse modo, as letras que começam falando engajadamente, terminam com uma solução quase mágica, a intervenção de Jesus Cristo. Entretanto, não se pode negar que passos largos foram dados na busca de uma contextualização social. Há também um grande enfoque na subjetividade pessoal e na experiência pessoal com Cristo.

Enquanto as músicas mais engajadas são tocadas em estilos musicais como *rock*, *funk* e *rap*, os estilos sertanejo romântico, a balada e o *pop-rock* tratam de assuntos mais subjetivos. O maior ganho pode ter sido na abertura do estilo musical, que já não tem limitações. Desse modo, ritmos brasileiros são bem divulgados por bandas específicas, como grupos de pagode, de axé ou de samba.

Exemplificar tudo o que há é impossível, dado o grande número de bandas e de solistas em todo o país. Descrever tendências, de forma a não deixar algum gênero musical esquecido, também é uma tarefa impossível. No entanto, a abrangência do mercado pode ser percebida mais claramente ao comparar gêneros musicais completamente diferentes. Como o tipo de mensagem acha-se vinculado ao estilo musical, é conveniente a análise de alguns gêneros bem distintos e atuantes no mercado *gospel*. Assim, é preciso selecionar alguns gêneros situados em todos os âmbitos do mercado, ou seja, entretenimento e louvor. Enfatiza-se que os exemplos transcritos servem apenas para mostrar a variedade dos estilos poético-musicais nessas duas especificações do *gospel*.

#### *Tempo de festa*

Letra e música: Ana Paula Valadão

Música de louvor e adoração

Ritmo dançante

Gravada no CD *Diante do Trono 3* em julho de 2000, no Parque da Gameleira em Belo Horizonte (MG). A gravação contou com um público formado de várias igrejas do Brasil, somando o número de 70 mil pessoas.

Este é um tempo de festa  
Este é um tempo de louvor  
Pra celebrar Aquele que primeiro nos amou  
Transformou nosso choro em riso  
Nos deu novas vestes de louvor  
Pra celebrar Aquele que primeiro nos amou  
Nos tirou do império das trevas  
E nos deu perdão e paz  
Arrancou todas as feridas  
Nos fez felizes demais

Festa, alegria  
É uma dança de celebração  
Ao único digno  
Jesus. Seu nome é Jesus  
Festa, alegria  
É um povo que se reúne aqui  
Diante do trono  
Do Rei, do Rei dos reis  
Seu nome é Jesus  
Cantamos de alegria, ôôô  
Dançamos de alegria, ôôô  
Pulamos de alegria, ôôô  
Gritamos de alegria, ôôô.

*Ho! Ho! Ho! Tô na paz do Senhor*

Letra e música: Pregador Lou

Ritmo: *rap*

É cantado pelo grupo Apocalipse 16, grupo de *rap* formado em 1996. O nome Apocalipse 16 foi a maneira mais direta de mostrar as tendências de suas letras. Elas falam do fim do mundo, da decadência humana, do julgamento perante as obras e da misericórdia de Deus, que pode ser a última chance de salvação. O Apocalipse 16 toca em bailes de *rap* seculares e já gravou dois CDs *gospel*.

Eu tenho um plano morô  
Eu to na paz do Senhor. Manda bala!  
Há! Há! ... Há! Há!  
Oh! Oh! Fiquem firmes  
Ho! Ho! Ho! Eu tô na paz do Senhor (quatro vezes)  
Vou acenando a mão, a paz do Senhor (três vezes)  
A paz do Senhor, paz do Senhor  
Meu verso é eficaz para desfazer as obras do perverso  
Meu incentivo é que você vá para o caminho inverso  
Eu te peço ama a si próprio  
Eu te peço ama ao seu próximo  
Aí é que o negócio é de irmão pra irmão  
E não tem vacilação  
Mesmo com uma pá de problema  
Digo que a vida pode ser bela

A paz não é um sonho ao qual ele deixa de sonhar com ela  
Construa-a com suas próprias mãos  
O meu nego, a sua liberdade custa o sangue de outras mãos  
Mas ainda hoje tem uns maluco que deixa brecha  
Não escuta o que eu falo  
E volta a ser escravos, há!  
Roubam bancos, roubam carros  
E o castigo pro furto é duro  
Mas que Deus possa aliviá-los e guiá-los  
No caminho para a nova Jerusalém  
Só assim encontrarão a verdadeira paz, amém.  
Amém! Amém!

Diga: Ho! Ho! Ho! Tô na paz do Senhor  
Ho! Ho! Ho! Tô na paz do Senhor (três vezes este coro)  
Eu vou acenando a mão, a paz do Senhor (três vezes)  
A paz do Senhor, paz do Senhor  
Aí apelo, eu vou torcer pra você entender que o conhecimento  
Faz mais estragos no sistema que a P.T.  
É só quem é, e quem consegue assimilar  
As palavras que a Bíblia fala  
Tem gente que não assimila, eles estão decepcionando  
Os mano não tem disposição para lê-la mas tem para meter os  
cano...

Tomar os pó...  
Aí vão gastar a grana no que corrói  
Ah! Ah! Isto tá erra do  
Deus liberta o povo de Israel e querem voltar a ser escravizados  
Eu não entendo o que faz um moleque  
Preferir se é trabalho ou veneno  
Não, péra aí, raciocinei, acho que até entendo  
A culpa é dos porcos que vivem prometendo dar saúde,  
Dar escola, dar emprego  
Só que quando alcançam como quem querendo dar esmola  
Com isso os mano arrebenta, a necessidade vem pra fora  
E o homem estora...

Deus! ...  
Lembra de Deus, confia nele que ele te olha  
Se andar no caminho de Jeová  
E entregar a sua vida como oferta de louvor  
Tenho certeza que você vai poder dizer  
Ho! Ho! Ho! Tô na paz do Senhor

Diga: Ho! Ho! Ho! Tô na paz do Senhor  
Ho! Ho! Ho! Tô na paz do Senhor (duas vezes este coro)  
Vou acenando a mão, a paz do Senhor (três vezes)  
A paz do Senhor, paz do Senhor  
Jeová é o Deus que não tarda nem falha  
Jeová é o poderoso cavaleiro, Senhor da batalha  
Todos os nossos inimigos caiam diante de mim  
O poder de Jeová, pode ter sem fim  
Sobre mim não vale praga nem encantamentos  
Sobre mim Jeová colocou a sua benção  
A força dos meus inimigos nunca me alcançará  
Existe uma chama que arde chamada justiça  
Eu acredito que ela sempre me protegerá  
Sobre mim não tem poder o opressor  
Então eu vou cantando...  
Ho! Ho! Ho!... Há!... Tô na paz do Senhor  
Diga: Ho! Ho! Ho! Tô na paz do Senhor  
Ho! Ho! Ho! Tô na paz do Senhor (duas vezes este coro)  
Vou acenando a mão, a paz do Senhor (três vezes)  
A paz do Senhor, paz do Senhor  
Ah!  
A paz não é um sonho, acorde e deixe de sonhar com ela  
Pregador Lou, Charles M.C., D.J. Betico, Apocalipse 16  
Há! Há! Há!  
A paz pra todos vocês  
Vou acenando a mão, a paz do Senhor (três vezes)  
A paz do Senhor, paz do Senhor  
Eu te peço ame ao seu próximo...  
Eu te peço ame a si próprio...  
Eu te peço ame a Deus...  
Eu te peço.

*Eu amo te amar (CD. 3)*

Letra: Sônia Hernandez/ Marcelo Aguiar  
Música: Marcelo Aguiar/ Esdras Gallo  
Sertanejo romântico

Essa música foi gravada no oitavo CD do Renascer Praise. Colocamo-la nesses exemplos exatamente para mostrar a diversidade estilística e o fluir entre os gêneros louvor e

entretenimento. De fato, não é possível classificá-la só em um desses grupos. Além de ser cantada no culto da Renascer como música congregacional, ela pode fazer o papel inverso em um *show* e levar o público à adoração por seu aspecto poético-musical. O estilo poético do sertanejo romântico pode ser notado na linguagem quase erótica e extremamente romântica. Trata-se de uma canção de amor para Jesus.

Não conheço o teu rosto  
Mas te reconheço em todo lugar  
Nunca toquei em tuas vestes  
Mas sinto o teu perfume no ar  
Não sei como é a tua voz  
Mas o som dela me guia  
Eu não consigo viver sem você  
Na minha vida  
Que amor é esse  
Que se move dentro de mim  
Me alcançou com perdão  
Intensamente me atraíu  
Impossível estar distante  
Desse amor que me cerca  
Eu amo, eu amo, te amar Senhor  
Eu amo, eu amo, eu amo, te amar Senhor.

Os estilos musicais variados e uma suposta ligação com algum tipo de teologia, denominação e questões sociais é uma pesquisa que pode ser feita com cada tendência musical do *gospel*. Um acompanhamento histórico de datas, grupos e movimentos religiosos ligados a formação de um tipo musical do *gospel* é uma proposta para pesquisadores que se interessem pela música protestante no Brasil.

O fator mercadológico, na relação compra-venda, pode ser responsável pelo número variado de tendências, sempre visando atingir um público cada vez maior. Contudo, reduzir os estilos musicais ao aspecto de mercado pode ser um empobrecimento do fato. Exemplo disso é a nítida tendência musical do *rock* nos grupos ligados à Igreja Renascer. Muito embora a banda de louvor da Igreja traga algumas inovações rítmicas na música congregacional, como o pagode, o frevo e

o sertanejo romântico, o estilo *rock* pode estar relacionado com a preferência de seu grande público.

## 5. O GOSPEL DA RENASCEM EN CRISTO

---

Um dos maiores destaques do meio *gospel*, até meados de 2001, foi sem dúvida a IRC. Dominando quase por completo os meios de distribuição da música *gospel*, a Renascer foi responsável pela grande explosão de novos cânticos de louvor que foram se inserindo em algumas comunidades locais. Essa igreja foi tomada apenas como exemplo do que está sendo produzido, em termos de louvor no mercado *gospel*. Outras igrejas e bandas acompanham o mesmo estilo temático-teológico, bem como o estilo musical da Renascer. Assim, é possível, com a análise das músicas dessa Igreja, entender um pouco os contextos dos novos cânticos de louvor que têm feito absoluto sucesso entre os jovens evangélicos de todo o país. A reflexão teológica não é a intenção neste trabalho, mas se pretende com esta pequena amostragem despertar futuras pesquisas.

Uma análise específica da Renascer teria de passar pelas bandas formadas especificamente por membros da Renascer, que hoje são o Katsbarnéa e Resgate, e pela banda de louvor Renascer Praise. As duas primeiras são bandas de *rock* e atuam no mercado seguindo o modelo de suas congêneres. As letras mais contextualizadas de Estevam Hernandes, principal letrista do Katsbarnéa, são o ponto alto dessa banda e mostram um modelo seguido também pelo Resgate. Entretanto, a influência teológica em tais bandas de entretenimento não é tão forte. O ponto em comum nas letras é a reflexão. Refletir sobre o mundo, sobre a vida, sobre a droga, sobre a violência, sobre a injustiça social, sobre os problemas pessoais etc. Em vez do “Jesus te ama”, o apelo tem um discurso diferente: “você é fruto do sonho de Deus”. Jesus Cristo é tratado de forma muito próxima e está ligado a todo tipo de libertação desde complexos e dependências químicas.

Enquanto a música de entretenimento é explorada com sucesso nas mãos das bandas Katsbarnéa e Resgate, a música de louvor e adoração é a que detém o maior destaque da

Renascer. Isso também se deve ao fato de que as bandas mencionadas não se consideram exclusivas da Renascer, mas apenas formadas por membros e bispos dessa Igreja.

O principal nome da IRC é a banda Renascer Praise, que faz parte do ministério de louvor da Igreja. Não é uma banda com músicos definidos. Todos os que fazem parte da Igreja podem compor o grupo de levitas do Renascer Praise. A banda de maior projeção é a da Sede em São Paulo, mas outros grupos com o mesmo nome já se formaram em outros estados. A banda surgiu em 1992 e, desde então, já gravou oito CDs nacionais e um em espanhol. A média é de uma gravação por ano. Atualmente é a banda de louvor mais conhecida no mercado *gospel*. A produção artística corresponde ao estilo de grandes bandas internacionais, como o Hosanna Music. As gravações, que a partir do terceiro CD começaram ser ao vivo, são realizadas em estádios ou casas de *show*. O Renascer Praise VII foi gravado ao vivo, em setembro de 2000, em Israel. Foi a primeira banda no Brasil a realizar tal façanha e a primeira a gravar em DVD. A suntuosidade da produção mostra o quanto esse gênero tem dado números positivos no mercado. O último CD da banda, de 2001, foi gravado ao vivo no Credicard Hall e confirma a tendência elitista da banda.

Quase todos os integrantes do grupo são artistas conhecidos no meio *gospel*, com CDs gravados, e percorrem o país em apresentações e *shows*. Assim, por causa desse aspecto, a banda Renascer Praise tem alta qualidade profissional e técnica. Músicos do meio secular que se convertem na Renascer, como é o caso mais recente do cantor sertanejo Marcelo Aguiar, são rapidamente convidados a fazer parte do grupo de levitas da Renascer Praise.

As letras são, na maioria, de Sônia Hernandes, líder nacional do ministério de louvor da Renascer. A produção musical do Renascer Praise é direcionada para o momento de louvor no culto. É, portanto, uma música congregacional. Não se pode dizer que se trata de música litúrgica. Esse termonão pode ser usado na Renascer com o mesmo significado que em igrejas tradicionais. Isso porque todo tipo de música, inclusive os gêneros do entretenimento *gospel*, são usados em cultos da Renascer e, portanto, também litúrgicos.

Sabe-se que todo o culto da Renascer assume a forma de espetáculo, aproximando-se, assim, da tendência das igrejas neopentecostais. Do mesmo modo, o momento de louvor, que inicia a liturgia do culto, é realizado sob esse enfoque. Euforia e emocionalismo tomam conta desse período. Tudo se assemelha, com as devidas proporções, às gravações ao vivo da banda. As cinco mil pessoas que fazem parte da congregação são entusiasticamente direcionadas por Sônia Hernandes, e elementos tipicamente de *show*, como assovios e palmas ao término de cada música, mesclam-se com elementos de êxtase espiritual, como choros e palavras repetidas com grande emoção. Descreve-se aqui o louvor no culto ou um *show* da banda? Ambos. Sônia Hernandes, de fato, não faz uma distinção na condução desses dois momentos. As gravações ao vivo da banda trazem o mesmo tipo de “ministração” de louvor, usadas no momento do culto.

Assim, pode-se perceber a importância que essa banda tem dentro da Renascer. De fato, toda produção congregacional da Renascer Sede encontra-se nos CDs do Renascer Praise. Dessa forma, a banda torna-se a principal responsável pela divulgação da teologia da Renascer. Esse aspecto torna-se mais forte, quando nos deparamos com os veículos de divulgação e distribuição dos cânticos do Renascer Praise. Assim, por meio da rádio, da TV, de apresentações, de gravações, etc., o louvor congregacional da Renascer Sede infiltra-se nas mais variadas denominações protestantes do Brasil. Nesse sentido, pode-se considerar o Renascer Praise como o hinário *gospel* da Renascer. Se o primeiro hinário brasileiro, *Salmos e Hinos*, cantava a teologia do protestantismo instaurado no Brasil, o Renascer Praise canta a teologia da Renascer.

Mas qual teologia? Suas canções, de fato, podem mostrar a teologia praticada nessa Igreja, mesmo que ainda não oficializada.

Algumas tendências são bastante fortes nessas canções. As teologias da prosperidade e da batalha espiritual presentes na Renascer dão o enfoque para o chamado a uma vida de vitória. A maioria das letras está voltada para esse aspecto. O convertido da Renascer tem, da parte de Deus, a garantia de uma vida próspera e vitoriosa em todas as áreas. Esse é o tema central e, por que não dizer, o tema absoluto das canções. Contudo, quase todas as letras incluem mais de um tema, o que dificulta uma classificação.

Esse enfoque de vitória evidencia o distanciamento com os hinos tradicionais do protestantismo. Enquanto os hinos protestantes falavam (e falam) de uma fé e esperança depositada no “celeste porvir” (MENDONÇA, 1995), o *gospel* da Renascer fala de uma fé e de uma esperança que acontecem aqui e agora, de um “celeste presente”. É como se o céu dos protestantes tradicionais baixasse sobre a Terra dos neopentecostais. É o que mostra o cântico intitulado “Promessa”, de Sônia Hernandez:

Eu não morrerei, antes viverei todo o bem do Senhor  
aqui na terra e no céu [...]  
Pai das luzes que não muda, continua a me dizer  
Que esta terra é minha e nela vou viver.

A vitória terrena, portanto, substituiu o convite de renúncia das coisas desse mundo dos hinários tradicionais. Pode-se comparar o hino intitulado “Quem é por Jesus?”, dos *Salmos e Hinos*, traduzido e adaptado por H. Maxwell Wright (1849-1931), com o cântico do Renascer Praise, de Sônia Hernandez, com o título “Dupla Honra”. Enquanto o primeiro refere-se à abnegação e à renúncia de coisas terrenas e aponta para tudo encarar e, portanto, até o sofrimento ou vergonha, a fim de seguir Jesus, o segundo enfatiza que se apegar Jesus é sinônimo de vida honrada perante todos. No primeiro Jesus é tratado como Senhor, enquanto no segundo Jesus é tido como meu, que tem algo a me dar:

*Quem é por Jesus?*

Quem está ao lado do bom Salvador,  
Pronto a dedicar-se hoje ao seu Senhor?  
Tudo abandonando pra Jesus seguir,  
Encarando tudo quanto possa vir?

*Dupla honra*

E porque me apeguei a Ti,  
O meu El Shadai tem para mim  
Para cada dia de vergonha  
Dupla honra.

O Renascer Praise traz um repertório que enfoca as várias faces de um tema central: a vitória. Essa vitória é justifi-

cada de várias maneiras, que incluem a vitória de Jesus sobre a morte. Dessa forma, temas com a morte de Jesus, seu sofrimento e o que passou no Calvário não são cantados. A ênfase é no Cristo vitorioso, na ressurreição que o fez vencedor. Jesus é Grande Senhor, o Rei dos reis:

*Vencedor invicto*

Tarcísio Barbosa

Invincível é o Senhor  
Poderoso é o Leão de Judá  
Nas batalhas vencedor, invicto  
Jesus é vencedor invicto  
Do lado de Jesus  
Não vamos nos preocupar  
Tem luta que a gente não precisa nem lutar  
O Rei valente está na frente, vai detonar.

A ressurreição, explicitamente, não é tema muito cantado, mas assume uma relação de mudança na vida presente. Não é uma vitória isolada de Cristo que venceu a morte, mas de todos os seus seguidores. A ressurreição é, portanto, abordada com uma justificativa teológica para as vitórias presentes:

*Ressurreição*

Sônia Hernandes

Essa vida que eu vivo hoje  
É a vida que eu sempre quis viver [...]  
Mas o bem venceu o mal e me deu luz eterna  
Nunca mais na minha vida vai Ter trevas [...]  
Esse é o poder da ressurreição  
Ele conquistou pra mim  
Com sua vida e perdão.

Outra temática sempre ligada à vitória é a de guerra. Combina bem com o tipo de Jesus apresentado na Renascer, que mais se parece o Jesus monarca celestial do que o Jesus Servo sofredor. Geralmente as músicas que falam de guerra são inspiradas em livros do Antigo Testamento, nos quais eram descritas as mais variadas formas de libertação do povo judeu

das mãos de seus inimigos, os povos gentios. Portanto, a guerra e o inimigo do povo judeu foram contextualizados em uma perspectiva da teologia da batalha ou guerra espiritual. Nessa teologia, o inimigo não é um povo, uma nação ou um exército, mas o próprio demônio, e suas forças malignas são espalhados pela Terra por um exército de demônios menores.

Aliado à teologia da prosperidade, esse inimigo pode assumir um contexto real de condições pessoais e sociais, como fome, desemprego, enfermidade, depressão ou vícios. Na medida em que espiritualmente demônios responsáveis pelas condições desfavoráveis forem sendo vencidos, tais realidades sofrem uma alteração visível e real. Dessa forma, é muito comum que o inimigo seja diferente para cada um dos participantes. As duas formas – espiritual e real – podem ser assumidas nesse tipo de letra. Associada à guerra espiritual está a temática de libertação, que pode também assumir um aspecto real e visível. Assim, uma vez que Deus derrotou o inimigo, que se levantou contra mim e que me roubou o emprego, a libertação da atual situação – desemprego – se reverterá.

Portanto, guerra, batalha, inimigo, libertação e vitória compõem uma temática um tanto quanto confusa, que mistura Antigo Testamento e teologias neopentecostais. São as músicas mais tocadas nos cultos da Renascer Sede.

#### *Festa*

Sônia Hernandez

Há um grande canto de vitória, há barulho de festa  
Vencida toda potestade do mal, quebrada foi a arma forjada  
Por sete caminhos fugiram os meus inimigos  
A sentença que me era contrária foi quebrada.

#### *As nossas armas*

Sônia Hernandez

Tragada foi a morte pela vida  
Vencido o inimigo pelo sangue do Cordeiro  
Maior é o que está em nós  
Do que aquele que no mundo está  
Nas nossas mãos o Senhor entregou o inimigo e suas hostes  
Hoje é dia de vitória, conquistemos a terra em nome do Senhor.

A alegria terrena é certa. Como ser um povo de Deus, que vê a sua glória e não gozar de felicidade? A característica de povo de Deus está sempre aliada com uma felicidade plena. Tal temática aparentemente é contraditória ao tema de guerra, mas é bom verificar que a batalha é do Senhor e não dos fiéis. Portanto, estar com Jesus é ser seu povo, e povo vencedor e feliz:

*Minha vida é um milagre*

Sônia Hernandes

Eu sou aquele  
Pra quem as portas se abrem  
Jesus é a minha verdade  
E a minha vida é um milagre  
Eu sou aquele  
Que não conhece o difícil  
Meu Deus é o Deus do impossível  
E eu vivo de glória em glória!

A fidelidade de Deus para com o seu povo é o motivo do recebimento de tantas bênçãos. Deus é fiel às promessas de bênção, de prosperidade e de cura e, portanto, a fidelidade de Deus me torna mais que vencedor:

*Mais que vencedor*

Sônia Hernandes

Jesus em tua fidelidade eu me abrigo  
E debaixo de tuas asas fico tranqüilo  
Sei que nada e ninguém pode me separar do teu amor  
Par Ti ó Rei meu não há impossível  
Muito mais que vencedor, muito mais que uma vitória  
A minha porção em ti é ser filho  
Aba Pai, aleluia, na tua mesa há grande provisão  
Aba Pai, aleluia, sou mais, muito mais que vencedor.

A maioria das letras não fala somente de uma parte da Trindade. Canções que começam falar de Jesus acabam se referindo ao Pai. Há uma certa confusão com as atribuições dadas as partes da Trindade e, outras vezes, o problema é to-

talmente poético: fala-se, por exemplo, da letra acima. A passagem de Deus-Pai a Deus-Filho pode ser feita instantaneamente e não se sabe se com intencionalidade ou por puro descuido. Assim como o Pai e o Filho, o Espírito Santo também é lembrado. Embora a terceira pessoa da Trindade possa fazer parte da mesma letra ao lado do Pai e do Filho, algumas canções trazem essa temática especificamente:

*Voz do Espírito*

Sônia Hernandes e Lucas

Espírito, eu amo a tua voz  
Eu amo a maneira que me fazes te sentir  
Santo Espírito eu quero te dizer  
Que eu te amo, te amo  
Te amo Santo Espírito de Deus.

Outro tipo de temática envolve a adoração e exaltação a Deus. Não necessariamente tem que ser tratado especificamente sobre o assunto. Embora sempre haja em cada CD uma canção específica de exaltação á Deus, o tema pode acompanhado de outros, como guerra, vitória, etc.

*Sou de Jesus*

Sônia Hernandes

Eu vim a esta Terra pra louvar ao Senhor. Eôêôêô!  
O Deus de Abraão, Isaque e Jacó. Eôêôêô [...]  
E é com alegria, e é com glória a Deus  
E é batendo palmas, louvando ao meu Senhor.

Além dos exemplos acima, outras temáticas, já usuais nos cânticos congregacionais, também são cantadas, por exemplo a da consagração. Entretanto, o enfoque maior, sem dúvida, é a celebração constante da vitória!

Defendidos pela Renascer, todos os gêneros musicais são explorados de forma ainda discreta pelo Renascer Praise. A cada CD as variações musicais tornam-se mais visíveis. O primeiro CD, gravado ao vivo em 1996, traz a maioria das músicas com o tradicional ritmo dançante de canções mais alegres, a balada e o *rock*. No entanto, a última gravação da banda, em 2001, traz gêneros diferentes, nacionais e internacionais, como pagode, samba-canção, sertanejo e salsa.

Na última gravação, a ministração de Sônia Hernandes, depois de anunciar euforicamente um pagode de louvor a Deus, denota a identificação da Renascer com os diferentes ritmos da música popular: “não vai ficar um só ritmo dessa terra sem louvar o nome do Senhor”. Não se pode negar que esse discurso, inverso àquele do protestantismo tradicional, sempre funcionou nessa Igreja!

## 6. CONCLUSÃO

---

A Igreja Renascer em Cristo, por intermédio de seu líder, foi a principal responsável pela consolidação do mercado de música *gospel* no Brasil. Isso porque a insatisfação religiosa na área musical do protestantismo tradicional foi percebida por Estevam Hernandes. Aliando sua personalidade carismática, o conhecimento interno do campo religioso e o conhecimento de *marketing*, Hernandes lançou um produto simbólico diferenciado e que foi o divisor de águas na história da música evangélica no país. Esse produto foi a música *gospel*.

O objetivo da Renascer era aliar ao mesmo produto objetivos diferentes: primeiro, ter um produto que satisfizesse a demanda do público jovem; segundo, que tivesse características de mercado que atraíssem músicos em busca de profissionalização e jovens em busca de entretenimento; terceiro, que pudesse atingir o mercado secular, tornando-se um gênero da música nacional, o gênero *gospel*.

Para a operacionalização de seus objetivos, a IRC utilizou um planejamento de *marketing* cuidadoso, verificando a demanda do público que pretendia atingir, adaptando o produto a essa análise e, depois, partindo para a divulgação e distribuição do produto em várias frentes de uma só vez.

Dessa forma, a Renascer foi responsável pela divulgação da música *gospel* e pelos primeiros passos para a formação de um mercado específico no meio evangélico. Com uma TV, uma rádio e uma gravadora *gospel*, a Renascer detém hoje apenas uma fatia desse mercado, que rapidamente se expandiu. Os modelos e propostas do produto *gospel* lançado por ela, nas várias faces que ele apresenta, foram incorporados por igrejas e denominações diferentes. Embora a música evangé-

lica não tenha, ainda, uma divulgação significativa no mercado fonográfico secular, os agentes internos do meio acreditam que esse é o rumo da história da música *gospel* no Brasil.

O êxito da música *gospel*, contudo, só se torna objeto sociológico, na medida em que mostra tal sucesso aliado a fatores internos do campo religioso, como a insatisfação religiosa prolongada de determinado grupo ou subgrupo descontente com a religiosidade tradicional. Somando-se a isso fatores externos ao campo religioso propriamente dito, como, no caso estudado, a aplicação de técnicas de *marketing*, a Renascer atraiu um número extraordinário de jovens de várias denominações protestantes e pentecostais, todos seduzidos pela música *gospel*. O consumo desse bem simbólico pelos jovens leigos mostra que veio satisfazer o interesse religioso desse subgrupo do laicato. Pode-se, por conseguinte, pensar que o sucesso dos empreendimentos neopentecostais no Brasil mostra, como em um espelho às avessas, o fracasso das instituições religiosas tradicionais neste país.

Ora, a música *gospel* é a que talvez mais possa mostrar essa realidade. Traz toda a simbologia da nova religiosidade crescente no Brasil. A tendência em favor da cultura, envolve padrões de comportamento, de visual, de atividade e de visibilidade social liberalizados no *gospel*. Isso é verificado na prática pela inserção total de todos os estilos musicais populares no culto, bem como pela entrada de elementos até então usados especificamente em *shows* seculares. O visual e estereótipo das novas bandas *gospel*, acompanhando os gêneros populares, aproxima-se e se confunde com os de bandas seculares. O estabelecimento de um mercado muda o modo de tratamento dos antigos e fiéis músicos religiosos: eles são agora artistas e profissionais na área, embora a subjetividade religiosa ainda se faça notar.

De fato, ao analisar a música *gospel*, alguns conceitos ficaram sem sentido. Os conceitos de profano e sagrado, antes tão discutido entre os hinólogos em defesas apoloéticas, nem sequer cabem como referencial teórico para esse quadro musical. Seria possível, então, propor a discussão segundo o clássico e debatido aspecto do litúrgico e não-litúrgico, mas também não se encontra sentido algum nesses conceitos. Isso porque o próprio conceito de culto – ponto decisivo para a definição do que seja litúrgico – precisa ser redefinido. Assim,

a forma de espetáculo assumida nos cultos neopentecostais, principalmente na Renascer e, por sua vez, a inserção de elementos religiosos nos *shows* e gravações ao vivo, como orações e ministrações de cura, deixam certa penumbra no conceito de culto, tal como prevaleceu entre os protestantes desde a reforma do século XVI.

Mas se a confusão existe nas definições dos conceitos e na análise sociológica do campo religioso, ela não é nem um pouco notada na prática e na realidade religiosas dos neopentecostais. A falta de clareza nos conceitos é talvez o que mais contribui para a expansão e abrangência das definições. Nesse sentido, como fica o conceito de “paraeclesiástico”? Estariam as empresas fonográficas constituindo o “neo/paraeclesiástico” do campo religioso protestante? Pode-se pensar em um “mercado missionário”, constantemente ativo dentro do campo e fora dele? Afinal, existe alguma forma de evangelização, no sentido tradicional, que os protestantes davam a essa atividade propagandística da fé?

Haverá apenas interesse religioso – que pode ir desde questões litúrgicas até a visibilidade social – no crescimento do mercado *gospel*? Tal pergunta é difícil de ser respondida, principalmente pelo fato de que o produto *gospel* assume uma forma de bem intangível – enquanto simbólico – e tangível – enquanto produto vendável – à disposição em qualquer mercado secular. A intenção de atingir um mercado secular, já falada por Estevam Hernandes e pelos demais agentes do meio *gospel*, pode ser colocada como um interesse religioso de visibilidade da música evangélica? Ou, então, há um interesse religioso de propagação da fé? Ou, ao contrário, há apenas um interesse de lucro? Ao reduzir o aspecto lucrativo do mercado, o que fazer com o consumo dessa música? Não mostra uma demanda reprimida interna ao campo religioso protestante? Nesse sentido, o *gospel* foi um produto simbólico lançado pela Renascer que, desde o início, teve condições de atingir interesses propriamente religiosos e, ao mesmo tempo, trouxe a possibilidade de se tornar um produto como outro qualquer, dessa forma atingindo um único interesse dos produtores, o lucro. Como conciliar lucro e evangelismo?

De fato, a ambigüidade do produto foi estimulada pelo fator extracampo, que possibilitou a consolidação do mercado. Esse mercado, por sua vez, aumentou a ambigüidade do

*gospel*. Ambos, nessa relação de interatividade, influenciaram e estão influenciando as relações internas do campo religioso do Brasil. Influenciam o campo porque, antes de tudo, estão nele e agem nele. Agem diretamente sobre os consumidores e indiretamente sobre os demais agentes do campo, tanto no grupo clerical como no laicato.

O mercado possibilitou o acesso muito fácil de um contingente de teologias não filtradas pela igreja local de cada consumidor. O jovem evangélico, que já na época dos anos 1980 tentava, de alguma forma, incorporar a sua igreja local o que ouvia nas programações religiosas das organizações paraeclesiais, agora se vê totalmente submerso em um universo diferente de sua igreja. É como se ele estivesse em um constante acampamento jovem.

A liberalização de bandas *gospel*, que seguem uma direção oposta à da tradição protestante histórica e pentecostal clássica, influencia os jovens dessas igrejas que, cada vez mais, frequentam *shows*, gravações e eventos *gospel*. No entanto, o estilo de louvor de grandes igrejas e as inúmeras bandas desse gênero do *gospel* são divulgados intensivamente pela mídia especializada e por meio dos *shows*, o que dificulta ainda mais a aceitação de liturgias tradicionais por parte do consumidor jovem. Dessa forma, houve um aumento na tensão interna no campo protestante, que cada vez mais perde jovens para igrejas como a Renascer em Cristo.

A discussão antiga do que pode ou não ser litúrgico adquire novos rumos com o surgimento da música *gospel*. Assim, medidas diferentes são tomadas pelas igrejas tradicionais. Um se colocam radicalmente contra os estilos musicais e forma de louvor, outras timidamente aderem ao louvor mais emocional. Mas o fato é que, enquanto as igrejas tradicionais discutem se “bateria é instrumento para se tocar na igreja”, a Renascer em Cristo reúne uma média de 70 mil jovens em *shows* como o SOS da Vida e em gravações do gênero louvor. No entanto, ao conseguir atrair um público tão grande em torno da música *gospel*, totalmente ligada ao canto cotidiano e popular dos jovens brasileiros, não estaria a Renascer seguindo o princípio já usado por Lutero de popularização da música religiosa?

A música *gospel*, portanto, assume importante papel no campo protestante brasileiro. Sem dúvida, a influência do

mercado *gospel* nesse campo não pode ser amplamente analisada neste trabalho. Todavia, o que não se pode esquecer é que a música *gospel*, antes de tudo, é um bem religioso e que, portanto, satisfaz primeiramente aos interesses religiosos de determinado grupo desse campo. Talvez seu aparecimento obrigue os pesquisadores do fenômeno religioso a buscar novas chaves de leitura. A compreensão dos valores religiosos atuais pode mostrar uma saída – se é que existe interesse – às igrejas tradicionais, cada vez mais vazias. Mas isso já não é objeto da sociologia!

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

- BERGER, Peter Ludwig. *O dossel sagrado: elementos para uma teoria sociológica da religião*. Trad. José Carlos Barcellos. São Paulo: Paulus, 1985.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- CAMPOS, Leonildo S. *Teatro templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DOLGHIE, Jacqueline Z. A. *Renascer em Cristo e o mercado de música gospel no Brasil*. 2002. Universidade Metodista de São Paulo (Dissertação de Mestrado em Ciências da Religião). São Bernardo do Campo, 2002.
- FOFFU, Uassyr Verotti. *Revista CCM Brasil Magazine*. São Paulo: Renascer, 1999.
- FURUNO, *Show gospel: o guia da música evangélica*. São Paulo/Rio de Janeiro: Espetáculo, 2000.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.
- MADURO, Otto. *Religião e luta de classes*. Petrópoli: Vozes, 1983.
- MATAYOSHI, Leda Y. *Bem aventurados aqueles que se comunicam como marca...* 1999. A Igreja Renascer em Cristo. Universidade de São Paulo (Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação). São Paulo, 1999.

- MENDONÇA, Antônio Gouvêa. *O celeste porvir: a inserção do protestantismo no Brasil*. 2. ed. São Paulo: IMS, 1995.
- SUNG, Jung. *Sujeito e sociedade complexas: para repensar os horizontes utópicos*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- TOURAINÉ, Alain. *Crítica da modernidade*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- WEBER, Max. *Economia e sociedade*. V. 1, Brasília: UnB, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Economia e sociedade*. V.2, Brasília: UnB, 1999.
- WHITE, James. *Introdução ao culto cristão*. São Leopoldo: Sinodal, 1997.
- WILLAIME, Jean-Paul. *Prédica, culto protestante e mudanças contemporâneas do religioso*. *Estudos da Religião*, São Bernardo do Campo: Umesp, Ano XVI, n. 23, dez. 2002.
- REVISTA CCM BRASIL MAGAZINE. São Paulo: Renascer.
- SHOW GOSPEL: O guia da música evangélica. São Paulo/ Rio de Janeiro: Espetáculo.