

Crer em Cristo: a música Gospel no contexto da sociedade midiaticizada

João Victor Posse de MOURA¹
Edna Farias Silva SOARES²
Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO³

Resumo

Diferentes instâncias sociais são hoje permeadas pela lógica dos processos midiáticos, incluindo-se as práticas de religiosidade. Nesse cenário, a música Gospel, criada pelos movimentos evangélicos, migrou dos espaços sagrados e na atualidade permeia outros segmentos de evangelização, a exemplo dos católicos e espíritas. À luz deste argumento, este artigo aborda o gênero, tomando como eixo de análise o CD *Crer em Cristo*, do cantor Roberto Akira Taira, que apresenta um hibridismo de ritmos e estilos. As canções observadas revelam seus propósitos de evangelização, porém as melodias e os mecanismos discursivos mobilizados são estratégias sutis de disseminação de mensagens que visam atrair diferentes públicos, sobretudo os jovens, para além dos vínculos e pertencimentos religiosos.

Palavras-chave: Música Gospel. Evangelização. Midiatização Social. Religiosidade.

Abstract

Different social levels today are permeated by the logic of media processes including the practices of religiosity. This scenario, the gospel music created by the evangelical movement migrated from sacred spaces and nowadays other evangelistic segments, for example, catholic's and spiritualists. Through the intermediary of this argument this article discusses the genre taking as its focus the CD - CRER EM CRISTO (Believe in Christ) the singer Roberto Akira Taira, presenting a hybrid of rhythms and styles. Observed the songs reveal their purpose of evangelization. But the melodies and deployed discursive mechanisms are subtler message dissemination strategies aimed at attracting different audiences especially young peoples, in addition to bonds and religious affiliations.

Keyword: Gospel Music. To Evangelize. Social Mediatization. Religiosity.

Introdução

¹Graduando em Comunicação Social pela UEPB. E-mail: jvpmuepb@gmail.com

²Graduanda em Comunicação Social pela UEPB. E-mail: ednaddd@hotmail.com

³ Doutora em Educação pela UFPB. Professora Titular do Curso de Comunicação Social da UEPB. Orientadora da Pesquisa. E-mail: rnadia@terra.com.br

Este artigo deriva de uma pesquisa em andamento que se propõe compreender como a música gospel tem adquirido surpreendente visibilidade no contexto social contemporâneo em virtude do enfoque de diferentes meios de comunicação. Inicialmente pensada enquanto gênero de disseminação de mensagens evangélicas, produzida por seus adeptos e voltada para eles, hoje incorporou diversos padrões e estilos conquistando públicos diferenciados, incluindo *os sem religião*⁴ (NEGRÃO, 2009), sendo comum também em outras denominações, a exemplo dos segmentos católico e espírita.

Para a discussão deste cenário, iniciamos nossa abordagem traçando a ligação existente entre Mídia e Religiosidade, marcada pela convergência de suportes e dispositivos inerente aos tempos midiáticos. De acordo com Fausto Neto (2012), na atual conjuntura, a mídia atravessa todas as instâncias, incluindo as religiosas e suas diferentes expressões, que passam a funcionar sob a inspiração das suas estratégias. “Todas as instituições são, de algum modo, afetadas por operadores discursivos de caráter midiático” (FAUSTO NETO, 2012, p. 9). Esse processo diminui as fronteiras entre os campos e provoca o surgimento de novos produtos: tanto midiáticos quanto “midiáticos”, uma vez que os limites entre ambos não podem ser facilmente demarcados. Assim, sem a apropriação da mídia, diferentes instituições, como as religiosas, levariam muito tempo para anunciar seus discursos e produtos, bem como contabilizar seus impactos e *feedbacks* junto a uma audiência que se transforma e avança a cada dia, tornando-se mais seletiva em relação a suas ideias e escolhas.

Se os campos sociais, suas práticas e interações passam a se organizar e a funcionar tendo como referência a existência da cultura, de lógicas e *operações midiáticas* (FAUSTO NETO, 2012), entendemos que esse acelerado processo interfere na produção de sentidos, a partir das mensagens difundidas nos meios e dos mecanismos utilizados para isso, constituindo novas estratégias discursivas e diferentes categorias de enunciação que alcançam o espaço social. Assim, as mídias não são apenas consideradas dispositivos de transmissão de conteúdos, mas poderosos

⁴ Numa sociedade de múltiplo pertencimento religioso, marcada pelo pluralismo de vertentes, essa expressão pode se referir tanto àqueles que não professam algum credo, como também àqueles que não declaram pertencimento porque não desejam, ou àqueles que não têm nenhum dogma religioso para seguir, ou ao contrário, que têm afinidade por mais de uma denominação, caso dos católicos-espíritas, ou vice-versa. Os agnósticos e/ou os ateus também podem se classificar nessa categoria, se expressarem “que não têm religião oficial” (NEGRÃO, 2009, p. 47).

ambientes, capazes de inspirar posicionamentos e modificar a percepção da realidade, via estratégias de convencimento. Daí porque diversas manifestações religiosas escolhem os veículos de comunicação, especialmente rádio e TV, para difundir seus projetos e intenções. Cabe-nos, portanto, o desafio de buscar compreender as intencionalidades das mensagens religiosas em seus diferentes suportes.

Segundo o autor supracitado, a própria noção de religião muda substancialmente na medida em que sua ambiência deixa de ser estruturada pela simbólica do campo religioso, passando a ser permeada pelo simbolismo da cultura das mídias. Este novo *locus* proporciona um novo modo de fazer religião, que não mais depende dos locais divinos e sagrados como no passado, mas inspirado nos "gêneros", estilos e linguagens das mídias. Por isso, tudo se transforma em produto a ser visibilizado nos holofotes midiáticos.

As diferentes denominações religiosas, segundo esse raciocínio, produzem o compartilhamento social de práticas e pensamentos em larga escala, adotando o viés das “várias possibilidades de evangelização”. Essa dinâmica, que é legítima e decorrente dos novos tempos marcados pela secularização, ocorre por diferentes caminhos, que tentam trazer o sagrado para perto das pessoas (que já não têm tanto tempo ou desejo de frequentar os templos). Desse modo, diferentes artifícios e estratégias são pensados para dar vida à religiosidade: filmes, reportagens, cultos, telenovelas, minisséries, programas de atendimento espiritual (comuns na IURD, exibidos pela Rede Record), e também a produção de CDs de vários artistas ou grupos musicais, cujos conteúdos são, muitas vezes, gratuitos e disponibilizados na internet.

A divulgação desses artefatos se dá através de anúncios publicitários nas emissoras de TV⁵, nos cultos religiosos e retiros, ou por espetáculos e shows, hoje também considerados megaeventos dada a superestrutura tecnológica de alguns, ampliando a ressonância e visibilidade dos discursos de cunho doutrinário e/ou cristão para além das fronteiras da Igreja Evangélica. É o que ocorre com bandas como o Ministério Diante do Trono e padres, como Marcelo Rossi, Fábio de Melo ou Reginaldo Manzotti. Considerando-se ainda o nicho radiofônico espalhado por todo o país, podemos afirmar que essa "cruzada eletrônica" se enraíza, igualmente, para as infovias,

⁵ A Rede Globo, conhecida por sua orientação espírita, tem investido na divulgação de CDs e DVDs de artistas do segmento Gospel (Diante do Trono, Davi Sacer, Irmão Lázaro, Jamily). O slogan dos anúncios é: “*Se você adora, a Som Livre toca*”.

configurando, no dizer de Fausto Neto (2012), “o fenômeno do tele-evangelismo” (FAUSTO NETO, 2012, p.8).

Assim, essa espetacularização midiática da fé alcança pastores, missionários, padres-cantores e suas *showmissas*: o carisma do Padre Marcelo Rossi, por exemplo, foi multiplicado devido a sua presença constante nos programas de auditório da TV brasileira. O mesmo ocorre com o Padre Fábio de Melo, que alavancou sua carreira de escritor e potencializou sua repercussão social através da visibilidade midiática de outros meios.

Com esse fio condutor, o texto apresenta a definição do termo Gospel, contextualizando-o no âmbito da história e descrevendo a sua origem. Para exemplificar suas peculiaridades, realizamos uma análise de conteúdo, tomando como foco de observação o CD *Crer em Cristo*. Com esse ponto de partida, buscamos demonstrar a ideia de que a apropriação dos mais variados estilos musicais agregados ao gospel, constitui uma estratégia de evangelização eficiente, devido ao teor que sobressai dos ritmos, palavras e rimas, fazendo da música uma ferramenta de comunicação eficiente para a propagação de mensagens religiosas. Nesse sentido, o discurso cristão se insere no cotidiano social, adotando processos intencionais de enunciação fortemente influenciados pelo fenômeno da centralidade midiática em todos os âmbitos, denominado de midiatização contemporânea (FAUSTO NETO, 2012).

Mídia e religiosidade: campos de convergência

Antes de adentrarmos na conceituação e observação do gênero Gospel, torna-se importante ressaltar a interface entre Mídia e Religião, pois para compreendermos a música, enquanto ferramenta comunicacional, necessitamos entender essa conjuntura marcada pela convergência entre os meios e as instituições religiosas.

Nessa perspectiva, partimos do fato incontestável de que hoje a mídia tece relações estreitas com a esfera religiosa, seja em seu próprio nome (nas falas de pessoas e grupos religiosos, na realização de programas de rádio ou de TV, nas suas concessões, nas publicações especializadas, que engendram uma “indústria cultural” de matriz religiosa), seja a respeito da temática religião (em filmes, documentários, entrevistas, coberturas de notícias, músicas e espetáculos). Na internet, *sites* de relacionamentos e

comunidades afins, voltadas para diálogos religiosos, se multiplicam e propagam diferentes crenças construindo a efervescência que cerca esse debate. Desse modo, entendemos que trazer esta discussão para o campo da comunicação social significa propor um cenário de pensamento que busque compreender a convergência do pluralismo religioso existente no país com a presença imperativa da mídia e seus dispositivos no nosso cotidiano (NASCIMENTO, 2011, p. 3).

As pesquisas concernentes à Mídia e Religiosidade vêm se consolidando no âmbito acadêmico nestes últimos 20 anos, tanto no Brasil quanto no exterior, permeando as discussões e descobertas do campo dos Estudos Culturais. Nesta perspectiva mencionamos algumas publicações especializadas em nível internacional neste segmento com duração de dez anos ininterruptos de publicações, sendo elas o *Journal of Communication and Religion*, o *Journal of Media and religion* e *Journal of Pop Culture and Religion*.

Na obra *Mediação e Mídiação* (MATTOS, JÚNIOR; JACKS, 2012), encontramos o fato de que as instituições religiosas, sejam elas quais forem, tendem a transcender os ritos litúrgicos de suas celebrações corriqueiras para os meios de comunicação, com o intuito de não só atingir seus adeptos, mas também aqueles que não partilham a mesma fé. Na visão de Martino (2003), a relação entre mídia e religiosidade já se tornou indissociável, porque diferentes matrizes religiosas utilizam em larga escala os meios de comunicação para tornar públicas as suas ideias. E aquelas que ainda não agiram nesse aspecto, estão criando mecanismos para pertencer ao mundo midiático. Nesses termos, a mídia assume papel preponderante na difusão do pensamento religioso no Brasil, para além de uma ação meramente coadjuvante nesse processo.

Numa perspectiva histórica, Gomes (2006) afirma que o início da relação entre mídia e religião ocorreu nos Estados Unidos, nos anos 1940, quando líderes religiosos da época começaram a utilizar os meios eletrônicos disponíveis para divulgação de mensagens de cunho evangelizador. Citamos o bispo católico Fulton Sheen e o pastor Billy Graham como os pioneiros na utilização de artifícios de técnicas de edição e enquadramento para TV, onde transmitiam suas mensagens doutrinárias. O fenômeno evoluiu e tornou-se uma prática bastante utilizada por diversas igrejas, não só evangélicas, mas também católicas.

No Brasil, podemos afirmar que o apogeu da midiaticização da religião se deu a partir dos anos 1980, por meio das igrejas neopentecostais. A Igreja Internacional da Graça de Deus, liderada por Romildo Romualdo Soares (R.R Soares) e a Igreja Universal do reino de Deus, que tem como líder Edir Macedo, são exemplos de neopentecostais que se apropriaram da mídia para disseminar suas ideologias através de cultos e celebrações, muitas vezes (re) transmitidos para outros países. E esta utilização dos meios, sobretudo da TV, consolidou-se quando a Rede Record de Televisão tornou-se propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus, em 1992. A partir de então, a emissora propaga diariamente suas “atrações” religiosas, alcançando o horário das madrugadas para a disseminação da sua “Teologia da Prosperidade”.

A igreja católica também se vale de estratégias para evangelização, a exemplo da TV Canção Nova, a Rede Vida de Televisão, a TV Século XXI, entre outros programas, incluindo a programação espiritual da TV a cabo, que midiaticizam os preceitos católicos para além dos rituais das igrejas. Encontramos também blogs de pastorais que atualizam diariamente informações para quem se filia à fé católica. O segmento espírita também se apropria da visibilidade midiática. Em âmbito regional, temos o programa “O Consolador”, com palestras e entrevistas, sendo produzido e apresentado pelos integrantes da AME (Associação Municipal de Espiritismo), localizada em Campina Grande, PB. Através da TV Mundo Maior, da internet, os interessados na doutrina espírita têm acesso a uma vasta programação que inclui filmes, documentários, CDs, entrevistas e esclarecimentos doutrinários. No canal aberto, a Rede TV apresenta aos domingos, no horário da tarde, o programa “*Transição*” também de conteúdo Kardecista.

Desta forma, percebemos o uso ostensivo e até mesmo exacerbado dos meios de comunicação por parte das instituições religiosas, no que concerne à propagação de seus preceitos e disseminação de conteúdos. A busca destas instituições religiosas pelos meios de comunicação, incluindo-se sites e blogs de cunho doutrinário, visa atender a necessidade, não apenas dos adeptos de determinada crença, mas propõe a adoção das ferramentas comunicacionais para a disseminação de informações, liturgias, dogmas e tudo quanto referendar determinada vertente num contexto midiático onde há a convergência e interligação do sagrado/divino com diversos suportes eletrônicos para além dos templos. Ou seja, as diferentes vertentes de religiosidade sempre buscam criar

métodos e práticas para “aparecer” na mídia. Nesse cenário, o gênero Gospel oferece outra alternativa de evangelização, se considerarmos a dissolução de fronteiras entre processos *mediados* e *não mediados* pelas tecnologias da informação, no que diz respeito às convergências entre cotidiano e suportes, como, por exemplo, ouvir música no carro enquanto se dirige, pela via do rádio ou do celular.

Nessa perspectiva, tal gênero se insere num processo *não linear, assimétrico e descontínuo*, no qual a comunicação das instituições se insere na vida social através de uma dinâmica de fluxos midiáticos, entendidos como instâncias de produção, circulação, recepção, interpretação e recirculação de sentidos, conforme explica Kellner (2001). O autor salienta que a cultura veiculada pela mídia produz relações de sentido com o mundo real, uma vez que suas imagens, sons e espetáculos tecem as tramas da vida cotidiana, ocupando o tempo de lazer do público, modelando suas opiniões políticas, influenciando comportamentos, permitindo o fluxo de diferentes discursos que esboçam suas “identidades”. De acordo com esse posicionamento, a cultura, junto com a mídia, socializa ideias e concepções que inspiram a coletividade, configurando um novo material simbólico com o qual muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade. “Esse simbolismo forja a visão prevalecente de mundo e os valores mais profundos do público, pois define o que é considerado bom ou não, positivo ou negativo, moral ou imoral” (KELLNER, 2001, p. 9).

O gênero Gospel: definição, conceito e história

A música Gospel ao longo dos anos vem ganhando espaço na mídia, alcançando projeções que outrora não se imaginava. Rompendo barreiras e transpondo o âmbito das igrejas evangélicas, este gênero vem conquistando seu espaço perante os mais variados segmentos sociais, não se restringindo apenas aos adeptos da religião evangélica, mas se fazendo presente em outras. Na pesquisa *Música Gospel: História, valor, influências e rock and roll*⁶, Omena (2011) aborda a temática em uma perspectiva histórica e

⁶Monografia apresentada à Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós Graduação, como requisito para conclusão do curso de especialização em Jornalismo e Crítica Cultural, orientada pelo professor doutor Felipe Trota.

analítica, trazendo uma definição sobre o termo Gospel⁷, citando *Baggio* (1997), que destaca suas origens na música negra norte-americana, e mencionando *Cunha* (2007), para reforçar a origem estadunidense e os estilos musicais mais frequentes na música negra: o blues, o ragtime e as músicas populares do século XIX. Assim, notamos que desde os seus primórdios, o gênero teve e ainda tem essa característica de agregar vários estilos para agradar diversos segmentos e públicos, assumindo nuances multifacetadas e pluralistas, independentemente do estilo que a originou.

Em respeito ao seu significado literal, podemos defini-lo como *boas notícias* ou *boas novas*, correspondendo ao diminutivo da palavra *God Spell*. Transpondo o estilo musical destas canções, o foco maior do gênero está nas letras que as caracterizam, em virtude do caráter evangelizador, que faz referências a Deus, a partir de mensagens que falam de paz, amor, comunhão, perdão, etc. Abarcando um conjunto de estilos, como enfatizado anteriormente, o primordial, no entanto, é a preservação do sagrado/divino através da adoração arraigada via evangelização, em forma de versos e louvores. Cantadas com entusiasmo e exaltação, as músicas pretendem criar uma ponte com o céu, daí seus artistas sempre se apresentam com olhos fechados e em atitude de (ad)oração.

Sobre a música, enquanto ferramenta de evangelização, *Patriota* (2004) em seu artigo *Mídia e Religião: 82 horas de missas, cultos, pregações e exorcismos*, destaca a importância dos cânticos para a preservação da comunicação com o divino fora dos ambientes sagrados:

Um exemplo notável é a comunicação pela música, que se configurou como um poderoso instrumento de anúncio da mensagem cristã. Os cânticos cristãos nascidos nos primeiros séculos atestam isso, registrados durante a perseguição governamental nas famosas catacumbas dos primeiros cristãos. Mais tarde, o canto gregoriano surgiu, e com ele, o ponto de partida para qualquer inovação musical. Como por exemplo, temos as composições de Bach, as “Paixões de Cristo” que nasceram do espírito da Reforma, nos séculos seguintes,

⁷Gospel significa evangelho, em português. Gospel é o diminutivo de “*God Spell*”, ou seja, palavras de Deus. O termo surgiu nos Estados Unidos, com os cultos que eram realizados, como um tipo de canto das comunidades negras nos Estados Unidos. Era um ritmo próprio desses cultos. Diversos artistas, a exemplo de Diana Rossi, começaram a cantar nas igrejas e migraram para os palcos do sucesso mundial. Trata-se de uma melodia simples, mesclada com referências folclóricas e populares com um pouco de blues, cujos refrãos se tornam conhecidos rapidamente.

acrescentando uma nova dimensão deste contínuo esforço cristão de comunicação (PATRIOTA, 2004, p.3).

O estilo Gospel também está associado ao termo evangélico, ou seja, é de se esperar que essas músicas sejam feitas e cantadas pelo (e para o) público da religião cristã em suas diversas denominações. Embora exista para tal segmento, hoje não mais se restringe a ele. A ação da mídia, que propaga o gênero em programas de entretenimento e em trilhas da teledramaturgia, garante a visibilidade das canções. A novela *Duas Caras*, da Rede Globo, teve como trilha a música da cantora Aline Barros, *Recomeçar*, que ganhou grande projeção na época, levando a gravadora Som Livre, da própria emissora, a lançar CD's da cantora e de demais representantes deste segmento. Esse fato se ampliou e hoje a gravadora populariza o gospel, alavancando os shows dos artistas, que passam a alcançar sucesso nas rádios de todo o país.

Programas de outras emissoras, como o do Raul Gil, exibido pelo SBT, podem ser considerados pioneiros na abertura para a música Gospel, trazendo artistas referências neste estilo, bem como incentivando novos talentos. Nesse sentido, a projeção midiática do gênero conquistou o gosto popular. Desse modo, os meios de comunicação exercem papel preponderante na disseminação de conteúdos doutrinários na sociedade. E ainda que esse gênero alcance públicos de outras denominações, há propagação dos preceitos conservadores da religião evangélica, com a disseminação de mensagens que visam angariar novos adeptos.

No cenário de visibilidade midiática não poderíamos deixar de citar cantores como *Aline Barros*, *Cassiane*, *Cristina Mel*, *Robinson Monteiro*, *Shirley Carvalhaes*, *Fernanda Brum*, *Eyshila*, *Alex Gonzaga*, *Kleber Lucas* além das bandas *Oficina G3*, *Novo Som*, *Quatro Por Um*, entre outras, e ainda os vários ministérios de louvor, como o *Diante do Trono*. Vale salientar que cada cantor tem um padrão próprio, mas sem desconsiderar o princípio da música gospel, que é de anunciar mensagens de cunho religioso, fazendo menção ao nome de Deus.

Em meio às diferentes performances, notamos apropriações de diferentes estilos comuns aos demais gêneros musicais: samba, axé, funk, sertanejo universitário, rock, pop, entre outros, e isso demonstra a flexibilidade do mercado no sentido de alcançar públicos não religiosos. Com essa característica de aderência a outros estilos, não necessariamente advindos do ritmo sacro ou de determinada religião evangélica, não é

possível distinguir a música gospel apenas pelo estilo ou melodia, sendo necessário, portanto, analisar o que dizem as letras. Somente pela percepção da linguagem poderemos reconhecer os propósitos das mensagens de fé e/ou evangelização.

Amaral (2007) argumenta que as práticas religiosas difundidas via mídia acabam originando a geração X, constituída por grupos em busca de identidade e pertencimento religiosos, e sobretudo formada por jovens e adultos que alteram suas crenças. Ao romper a dicotomia entre sagrado e profano, através da música, o gospel não abandona o simbolismo religioso ao se mesclar a diferentes estilos, mas apenas cria múltiplos meios para alcançá-lo. Ressalta a autora:

A justaposição de elementos vem marcando a nova imaginação religiosa em tempos de midiaticização acelerada. Assim, todos os recursos que buscam aproximar homem e fé podem ser transformadores: filmes, músicas, livros e outros meios de entretenimento que ajudam a alcançar fins, significados ou identidades religiosas (AMARAL, 2007, p.102).

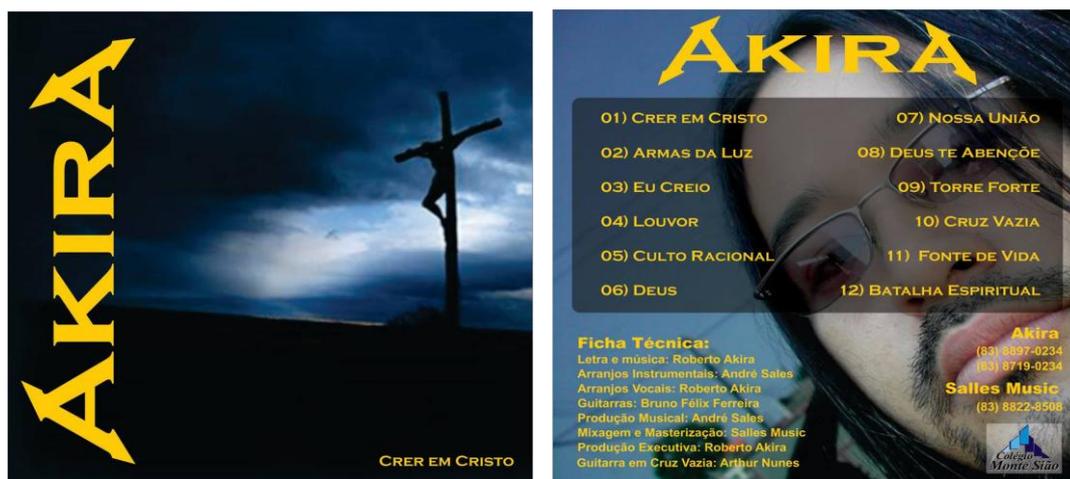
Leituras do Gospel no CD Crer em Cristo

Para fins de contextualização metodológica, torna-se pertinente situar a Análise de Conteúdo (AC) como procedimento de observação das superfícies textuais. Trata-se de um método de origem positivista:

No Contexto geral da ciência, a análise de conteúdo é tributária do positivismo, corrente de pensamento desenvolvida por Augusto Comte (1798-1857), cuja principal característica é a valorização das ciências exatas como paradigma de cientificidade e como referência do espírito humano em seu estágio mais elevado (FONSECA JUNIOR, 2005, p.281).

Definimos a Análise Categórica como estratégia para a compreensão das mensagens, porque esse procedimento auxilia a demarcação dos temas que compõem cada superfície discursiva, em meio ao material que se pretende conhecer o sentido: “a categorização consiste no trabalho de classificação e reagrupamento das unidades de registro e número reduzido de categorias, com o objetivo de tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade” (FONSECA JUNIOR, 2005, p. 298).

Nesta perspectiva, elencamos trechos das canções autorais do cantor Roberto Akira Taira⁸, reunidas no CD intitulado *Crer em Cristo*⁹. Nossa intenção é identificar como as mensagens de cunho religioso aparecem nas canções. A escolha desse artista se deu pelo fato dele, além de ser um intérprete da música Gospel, ser um profissional da área do canto, ministrando aulas há vários anos e ainda por utilizar no CD *Crer em Cristo* o artifício de agregar diversos estilos musicais a letras de cunho religioso, sendo ele um artista local, ou seja, um exemplo próximo a nós, que nos possibilitou a compreensão e observação de como o gênero Gospel vem aderindo a estilos musicais que outrora eram vistos preconceituosamente perante o segmento evangélico em suas múltiplas denominações, assim este CD tem o intuito de desmistificar esse estigma de que a música Gospel não pode ou não deve apropriar-se diversos estilos, demonstrando que o interprete tem a possibilidade de dominá-los e integrá-los em suas canções.



Capa e Contra Capa do CD *Crer em Cristo* do Cantor Roberto Akira Taira

As músicas do CD em análise totalizam 12 faixas:

1. Crer em Cristo;
2. Armas da Luz;
3. Eu Creio;

⁸Roberto Akira Taira estudou no Conservatório de Música de Sergipe, é graduado no Curso de Bacharelado em Arte e Mídia pela Universidade Federal de Campina Grande. Gravou o CD *Crer em Cristo* como resultado de seu trabalho de professor e facilitador de Cursos Técnicos e Disciplinas nas áreas de Técnica Vocal, Teoria Musical e Regência Coral, Oratória, Teatro, Informática, Arte e Criatividade.

⁹Disponível em: <http://akiracampinagrande.blogspot.com.br/2012/12/cd-crer-em-cristo.html>.

4. Louvor;
5. Culto racional;
6. Deus;
7. Nossa União;
8. Deus te abençoe;
9. Torre Forte;
10. Cruz Vazia;
11. Fonte de Vida;
12. Batalha Espiritual.

Em relação aos estilos musicais presentes no trabalho do cantor, destacamos:

1. MPB;
2. MPB Regional Nordestina;
3. Gospel Americano;
4. Reggae;
5. Xote;
6. Bossa Nova;
7. Romântica;
8. Pop;
9. Gronog;
10. Heavy Metal;
11. Power Metal (Balada);
12. Power Metal.

Como este texto deriva de uma pesquisa em andamento, estamos em processo de análise das canções. Assim, para este artigo apresentamos um *corpus* resumido e organizado pela seleção de **três letras**, das quais pequenos fragmentos são destacados aqui apenas para fins de exemplificação da teoria estudada. São elas: *Crer em Cristo*; *Louvor*; *Deus te abençoe*.

Na canção que dá título ao CD, observamos uma referência à importância da fé e do ato de adoração a Deus:

Crer em Cristo é preciso, verdadeira e única salvação, confessar que o seu nome é santo, entregar nossa vida e coração (Trecho da canção).

A segunda canção trata da adoração a Deus e da sua exaltação enquanto ser supremo, adjetivando o divino em termos bíblicos:

Deus maravilhoso, pai da eternidade, príncipe da paz, Deus conosco (Bis)

Louvor, Louvor, Louvor, Deus conosco,

Louvor, Louvor, Louvor, Rei dos Reis (Trecho da faixa 4).

A terceira, intitulada *Deus te Abençoe*, apresenta um estilo pop, e confirma em sua letra a comunhão de palavras que carregam sentido de bênçãos para o próximo, ou seja, o “irmão” em Cristo, presente em cada ouvinte e apreciador do gênero:

Deus te abençoe meu irmão em Cristo, Deus te abençoe minha irmã com o seu amor. Seu rosto resplandeça sobre tua vida e te dê a paz (Trecho da faixa 8).

Conforme percebemos, o cantor teve por intuito propagar por meio de diversas influências rítmicas, mensagens de caráter evangelizador, uma vez que as canções remetem a Deus e, por conseguinte, trazem lições de cunho bíblico. Mas, para além desta característica, o intuito maior de eleger o CD *Crer em Cristo* como objeto de análise foi exemplificar que o Gospel se apropria de estilos que eram vistos de forma preconceituosa ou até mesmo eram abolidos por muitas denominações evangélicas de caráter conservador.

Considerações finais

O hibridismo de estilos expõe a expressividade e a performance vocal que o cantor gospel contemporâneo pode apresentar, a partir do domínio de técnicas diferenciadas, provenientes de outras inspirações rítmicas, que revelam o cuidado que o intérprete desenvolveu na concepção de seu repertório. Nas doze canções que compõem o CD, observamos que cada uma é interpretada singularmente de acordo com o estilo explicitado, exigindo esforço de adaptação na incorporação de várias dinâmicas sonoras,

o que mobiliza muitos arranjos e requer diferentes instrumentos. Em suma, percebemos que a tendência de mesclar ritmos vem sendo adotada por vários cantores desse gênero e ganhando espaço nas igrejas mais conservadoras.

Assim, observamos que a mídia exerce papel preponderante na socialização dos conteúdos que (re) transmite, e por tal função as instituições religiosas se utilizam desse poder de propagação para disseminar seus preceitos e valores, seja por meio de programas de caráter religioso ou através da inserção de “artistas gospel” em programas de auditório ou nas paradas das grandes rádios no Brasil afora, conforme sugere o mercado fonográfico.

A apropriação que as instituições religiosas fazem das ferramentas de comunicação sugere os contornos de uma sociedade midiaticizada e revela práticas de evangelização que a cada dia ultrapassam o espaço dos templos religiosos. Nesses termos, as melodias, a mistura de ritmos e os mecanismos discursivos mobilizados nas canções são estratégias sutis de disseminação de mensagens que visam atrair diferentes públicos, sobretudo os jovens, para além dos vínculos e pertencimentos religiosos. Seguimos com o estudo, na expectativa de contribuir com as pesquisas sobre a midiaticização do campo religioso, demonstrando a presença da música gospel na sociedade como expressão significativa deste processo.

Referências

AMARAL, Leila. Deus é pop: Sobre a radicalidade do trânsito religioso na cultura popular de consumo. In: SIEPIERSKI, Paulo; GIL, Benedito (Orgs). **Religião no Brasil: enfoques, dinâmicas e abordagens**. São Paulo: Paulinas, 2007.

FAUSTO NETO, Antonio (Org). **Midiaticização da Ciência: Cenários, desafios, possibilidades**. Campina Grande: EDUEPB, 2012.

FONSECA JÚNIOR, Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

JANOTTI, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Orgs). **Mediação e Midiaticização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

NASCIMENTO, Robéria Nádia Araújo. **Em nome de uma fé plural: a diversidade religiosa do Programa Sagrado da Rede Globo. Projeto de Pesquisa.** UEPB/CNPQ. Campina Grande, 2011.

Referências eletrônicas

Artigo Análise do crescimento da música gospel brasileira:

<http://artigos.gospelprime.com.br/analise-do-crescimento-da-musica-gospel-brasileira/> - acessado em 29/04;

Artigo Mídia e Religião: 82 horas de missas, cultos, pregações e exorcismos (Patriota, Karla Regina Macena Pereira):

<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=42678> - acessado em 22/04;

Blog do cantor Roberto Akira Taira:

<http://akiracampinagrande.blogspot.com.br/2012/12/cd-crer-em-cristo.html> - Acessado em 19/05;

Monografia Música Gospel: História, valor, influências e rock and roll (Janna Joceli C. de Omena):

http://www.academia.edu/4495594/Musica_e_Cultura_Gospel_historia_valor_influencias_e_rock_and_roll - Acessado em 22/04;

Revista do Conservatório de Música: O evangelho segundo o Gospel: mídia, música pop e neopentecostalismo:

http://www2.ufpel.edu.br/conservatorio/revista/artigos_pdf/artigo09.pdf

Texto A história da música gospel (COMADERJ):

http://comaderj.com.br/home5/index.php?option=com_content&view=article&id=218

Texto Música Gospel: <http://www.infoescola.com/musica/gospel/> - Acessado em 22/04;

Texto Significado de Gospel: <http://www.significados.com.br/gospel/> - Acessado em 22/04;