

# **INDÚSTRIA FONOGRÁFICA GOSPEL: A PRODUÇÃO DE MÚSICA RELIGIOSA DENTRO DAS ESTRATÉGIAS DE MERCADO**

Rebeca dos Santos Caldas<sup>1</sup>

**Resumo:** Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, estes passaram a permear os diversos campos sociais, entre eles o religioso. Nele, a principal representação desse fenômeno se dá na produção musical marcada pela submissão a lógicas mercadológicas, que passou a apresentar aspectos de produção, distribuição e consumo semelhantes ao da indústria fonográfica em geral, mas com espaços de circulação e público definidos, que se restringem, sobretudo, ao meio evangélico. Gospel é como se chama a indústria musical proveniente desse contexto, que se caracteriza pela junção de estratégias de mercado com produções que possuem conteúdo religioso.

**Palavras-chave:** meios de comunicação, indústria fonográfica, igrejas evangélicas, gospel.

## **Introdução**

Com o desenvolvimento da tecnologia relacionada aos meios de comunicação, estes têm permeado os diversos campos sociais, como o político, econômico, cultural e religioso. A audiência coincide com a grande maioria dos membros da sociedade, desta forma, os media se constituem no espaço em que os assuntos se tornam públicos e podem ser discutidos pelos cidadãos.

Observando a influência exercida pelos meios de comunicação nos diversos setores da sociedade, Micael Herschmann destaca a importância da alta visibilidade para o sucesso das instituições sociais na cultura midiática:

(...) vivemos em uma cultura midiática, espetacularizada e performática, na qual formulações identitárias, estilos de vida, bem como as diversas estratégias narrativas que contribuem para a organização de nossa vida social são forjadas no interior do ambiente comunicacional<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Graduada em Produção em Comunicação e Cultura e graduanda do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Foi participante do Grupo Mídia e Música Massiva (FACOM/UFBA) e é membro do Grupo de Pesquisa sobre Políticas Culturais (CULT/UFBA).

<sup>2</sup> HERSCHMANN, 2007, p.78.

Este fenômeno tem grandes reflexos no cenário evangélico brasileiro atual, onde se pode ver transformações nas igrejas e na sua produção musical, marcada pela inserção da lógica mercadológica. A religião tornou-se um item de consumo, de forma semelhante aos outros bens simbólicos, como estilos de vida ou de identidade cultural.

Além disso, presenciamos o aumento do número de igrejas em todo o país. “A religião cada vez mais se segmenta e semelhantemente ao mercado de consumo material e pagão, diversifica rapidamente a oferta e a demanda”<sup>3</sup>.

Neste sentido, as novas formas de religião têm se apropriado da lógica dos meios de comunicação e absorvido conteúdos de propaganda e marketing para seu proveito.

Vemos um maciço investimento nos meios de comunicação de massa no processo competitivo entre as inúmeras igrejas. Muitos são os programas religiosos de rádio e TV, bem como os jornais e revistas produzidos onde a utilização das mídias impressas e eletrônicas evidencia a associação dos meios de comunicação por parte dos neopentecostais com a crescente pluralização e competição do campo religioso brasileiro<sup>4</sup>.

Com a consolidação da indústria cultural, as igrejas passaram a se apropriar de grande parte das suas estratégias de produção e circulação, a fim de permanecer diante das transformações e criar produtos direcionados a um público específico, que se identifica com a ideologia religiosa. A lógica mercadológica foi absorvida nesse contexto, causando uma tensão entre a dimensão religiosa e a dimensão econômica.

A indústria fonográfica evangélica, conhecida como gospel, é certamente uma das maiores representações do fenômeno de utilização das lógicas comunicacionais dentro do ambiente religioso. No Brasil, ela tem se consolidado nas últimas duas décadas, apresentando certa complexidade e grande potencial econômico. Utilizando dados da Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) disponibilizados em 2006, Micael Herschmann mostra uma tabela evidenciando os gêneros musicais mais consumidos no Brasil<sup>5</sup>:

Gênero	Total (%)
Pop / rock	34%
Country / Sertanejo	13%
<b>Gospel</b>	<b>13%</b>

---

<sup>3</sup> REFKALEFSKY, 2006, p.7

<sup>4</sup> REFKALEFSKY, 2006, p.3

<sup>5</sup> HERSCHMANN, 2007, p.142.

Pagode / Samba	11%
Música regional / Forró	10%
MPB	8%
Axé Music	4%
Música infantil	2%
Música Clássica	2%
Outros	2%

Segundo essa tabela, a produção musical gospel se encontra entre as três entre as mais consumidas no país. Surgiram empresas de grande porte, com eficientes estratégias empresariais, que investem em produtos musicais com qualidade semelhante ao que acontece na indústria de música massiva.

Uma característica muito importante nesta indústria é o processo de produção, divulgação, e distribuição estarem interligados e relacionados a um mesmo grupo. Ou seja, na maioria das vezes, os complexos comunicacionais são responsáveis pela gravação dos CDs, DVDs, produção de videoclipes, jornais, revistas, transmissão na televisão, portais na Internet, realização de shows, além de alguns ainda obterem emissoras de rádio e até lojas especializadas de vendas dos produtos fabricados.

## **1. A igreja e suas estratégias de comunicação**

Desde os primórdios das igrejas cristãs, a comunicação exerce um papel fundamental, sobretudo no que diz respeito à evangelização, que pode assumir configurações diversas, de acordo com a época e o público a que se destina.

O interesse pelo aumento do número de fiéis é evidente nos diversos modelos de igrejas cristãs, tanto nas igrejas católicas, como nas protestantes. Entre os exemplos, podemos destacar a catequização pela igreja católica dos índios brasileiros; a invenção das técnicas de prensa pelo luterano Gutemberg, com o propósito de popularizar os livros religiosos na época do Renascimento<sup>6</sup>; a utilização de meios de comunicação pelas diferentes denominações religiosas.

---

<sup>6</sup> MCQUAIL, 2003, p.41.

Na atualidade, os esforços pela disseminação dos conteúdos religiosos têm se beneficiado com a utilização dos meios de comunicação. Isso pode ser visto na utilização de rádios, televisão, internet, impressos, entre outros. Este artigo tem como objetivo caracterizar a indústria fonográfica gospel e identificar aspectos referentes à indústria fonográfica em geral.

## **1.2. A música evangélica nos Estados Unidos: o surgimento da indústria fonográfica gospel**

O termo gospel resulta da junção de duas palavras inglesas, *God* e *spell*, e pode ser traduzido como “palavra de Deus”. Surgiu nos Estados Unidos, na década de 1920, e se tratava de um gênero musical em que havia um solista acompanhado por um coro e um grupo instrumental. Neste contexto, surgiram cantores que se destacaram no meio secular e iniciaram sua carreira dentro das igrejas. Alguns exemplos são *Ray Charles*, *Aretha Franklin*, entre outros.

A partir dos anos 60, houve uma transformação muito importante no contexto evangélico norte-americano, outros gêneros como reggae, rock, pop, funk foram incorporados. Assim, gospel se transformou num gênero específico de um grupo maior, denominado *Christian Music*, que se caracteriza por uma temática, referente à justiça social, evangelização, defesa pela paz, negação às drogas. Esse fenômeno aconteceu primeiramente nos Estados Unidos, mas se expandiu por todo o mundo, com o desenvolvimento da indústria musical evangélica em diversos países.

Com a expansão da indústria fonográfica evangélica e as estratégias de exportação de produtos musicais, alguns artistas americanos alcançaram visibilidade internacional e outros, como Elvis Preley e Aretha Franklyn iniciaram a carreira no ambiente religioso e depois foram absorvidos pela indústria da música.

Ao estudar o fenômeno da música evangélica em Portugal, Ruy Llera Blanes constatou:

Esta música cristã “moderna” resulta do cruzamento de processos múltiplos, desenvolvidos essencialmente no século XX (com maior acento na segunda metade), e é devedora da história e cultura dos universos religiosos e espirituais onde ela se insere, assim como da própria história da música popular ocidental e mundial.

Em primeiro lugar, em termos sonoros, constitui-se como herdeira de uma tradição folk estado-unidense com raízes nas igrejas protestantes rurais do sul, de ordem batista e metodista: os spirituals, mais tarde conhecidos como gospel, tão estreitamente relacionados com o blues e o jazz que então fermentavam no sul-estado-unidense, mas

que evoluíram para formatos diversos, desde as ensembles corais dos movimentos afro-americanos (Spencer,1990) às canções a capella das igrejas batistas da Carolina do Norte (Patterson, 1995). Neste contexto, uma das principais e decisivas características que marcam a prática musical no universo pentecostal é precisamente a sua vocação “camaleônica”, adotando configurações sonoras resultadas de intercâmbios sonoros abertos com diferentes contextos musicais e culturais onde o culto religioso se implanta. Nesta linha, é a partir dos anos 60 quando se começa a difundir a noção de um pop ou rock cristão, reflexo da opção tomada por vários músicos crentes pela incorporação de formatos rítmicos (compassos quaternários, etc.), harmônicos (escala maior, cadências típicas, etc.) e instrumentais (guitarra elétrica, bateria, etc.) característicos desse(s) gêneros (s) nas canções das igrejas<sup>7</sup>.

A apropriação dos diversos gêneros pela música evangélica possibilitou-lhe grande destaque no mercado fonográfico. Seu desenvolvimento se deu de tal forma, que há produção de grandes eventos e shows, além de haver diversos programas de rádio e televisão que divulgam esse tipo de música. A música evangélica passou a ser contemplada em revistas como a *Billboard*, especializada no gênero *World Music* e tem participação no *Grammy*, a maior premiação da indústria musical.

Além disso, o próprio cenário evangélico apresenta estratégias de valoração de suas produções, reproduzindo formatos já consolidados na indústria da fonográfica. É o caso de eventos que premiam artistas cristãos, sendo o *Dove Awards* o que indica os melhores cantores do mundo, de acordo com os gêneros musicais.

A *Christian Music* também se relaciona com a grande indústria cultural. Um exemplo disso é a inserção da música *Happy Day*, de Edward Hawkins, no filme “Mudança de Hábito II” e da música *Kiss Me*, interpretada pela banda Sixpence None the Richer, que foi trilha sonora do filme “Ela é demais”. Alguns artistas já interpretaram personagens em filmes, como é o caso da participação da cantora Jaci Velasquez em *Chasing Papi*, no Brasil denominado “Confusões Amorosas”.

### **1.3. Surgimento da Indústria Fonográfica Gospel no Brasil**

#### **1.3.1 As igrejas neopentecostais e a utilização da comunicação social**

A partir do final dos anos 70, surgiram no meio evangélico as igrejas chamadas neopentecostais. Entre elas, destacam-se: Igreja Universal do Reino de Deus (1977);

---

<sup>7</sup> BLANES, 2004, p. 7, 8

Igreja Internacional da Graça de Deus (1980); Igreja Renascer em Cristo (1986); Igreja Sara Nossa Terra (1994); Igreja Bola de Neve (1994).

Essas novas igrejas possuem costumes mais flexíveis, apropriaram-se das lógicas dos meios de comunicação e utilizam os diversos estilos de música, com grande apelo aos jovens. Seu discurso é imediatista, não se relaciona apenas com assuntos sobre a vida eterna depois da morte, mas também com a vida terrestre, como a busca pela resolução de dificuldades, problemas familiares, crises financeiras, entre outros.

Nestes locais, existe um apelo muito grande aos jovens e para isso, buscam retirar a rigidez dos costumes das igrejas mais antigas e renovar com um discurso mais leve. É muito comum ouvir por membros destas igrejas que “eles têm liberdade” e por isso todos os estilos musicais podem fazer parte dos rituais religiosos.

A música não é vista somente como um ato de adoração, mas esta pode se unir ao fator entretenimento. Desta forma, gêneros musicais como rock, reggae, hip-hop, pagode podem ser inseridos no ambiente das igrejas, sem que estes apresentem qualquer problema.

Segundo Janotti Jr., “toda expressão musical dentro da cultura popular massiva indica modos específicos de participação corporal diante da música”<sup>8</sup>. Assim, a utilização de outras sonoridades acarretou também na corporificação correspondente a esses estilos musicais. As igrejas neopentecostais consideram que a dança não mais se constitui numa prática pagã, o corpo passa a ser também uma ferramenta de comunhão com o sagrado.

O novo modelo de igreja sofreu grande resistência das outras já existentes, porém seu discurso pareceu mais sedutor, o que pode ser demonstrado com o aumento do número de fiéis. Um dos aspectos mais importantes para o crescimento dessas igrejas foi, sem dúvida, a compreensão e utilização de estratégias da cultura dos meios de comunicação de massa. Segundo Eduardo Refkalefsky, Karla Patriota e Maria Rocha:

Vemos as novas instituições religiosas e algumas instituições tradicionais estarem subordinadas às lógicas midiáticas, substituindo os antigos dispositivos de mediação e fornecendo, elas mesmas, os modelos identitários de religiosidade para a audiência tornar como referência<sup>9</sup>.

Assim, junto com a disseminação de templos, vemos um crescimento de programas de TV, rádio, impressos, informações na internet, aumento de produtos evangélicos no mercado, entre outros.

---

<sup>8</sup> JANOTTI JR., 2006, p.31-48.

<sup>9</sup> REFKALEFSKY, PATRIOTA, ROCHA, 2006, p. 5

### 1.3.2. Apropriação do termo gospel pela indústria de música evangélica no Brasil

A apropriação do termo gospel se deu a partir dos anos 80, através da gravadora *Gospel Records*, pertencente à Igreja Renascer em Cristo. O presidente dessa igreja, Estevam Hernandez Filho, patenteou o termo, tendo todos os direitos sobre a marca gospel em todo o Brasil<sup>10</sup>.

A nova forma de denominar a música evangélica no Brasil reflete o conhecimento dos agentes da indústria religiosa sobre a importância das rotulações nas indústrias culturais. A palavra foi utilizada não apenas para classificar a música proveniente das igrejas, mas também para indicar um segmento musical específico, que utiliza estratégias de comunicação e pretende ser visto como um segmento da indústria fonográfica em geral.

Diferente do que aconteceu nos Estados Unidos, aqui gospel diz respeito à produção musical, que pode ser de qualquer gênero, mas apresenta uma temática religiosa, a nomenclatura corresponde ao *Christian Music* nos EUA. Atualmente, essa terminologia não se relaciona apenas ao contexto das igrejas evangélicas, mas também se relaciona com a Igreja Católica. Um exemplo de sua apropriação é a gravação de músicas de sucesso pelo Padre Marcelo Rossi.

A incorporação dos diversos gêneros musicais e das lógicas comunicacionais e de mercado trouxe grandes transformações para o meio evangélico. O antigo isolamento das igrejas diante da sociedade deu lugar à busca pela consolidação de uma identidade religiosa que consegue se desenvolver dentro do contexto midiático. Além das mudanças na produção, as formas de circulação e a interação entre o público consumidor com os produtos e os intérpretes deste segmento musical mudaram profundamente. Ao analisar os gêneros midiáticos, Janotti Jr. afirma:

Traçar a rotulação de uma canção ou de um álbum envolve localizar estratégias de convenções sonoras (o que se ouve), convenções de performance (o que se vê, que corpo é configurado no processo auditivo), convenções de mercado (como a música popular massiva é embalada) e convenções de sociabilidade (quais valores são incorporados e excorporados em determinadas expressões musicais)<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> DOLGHIE, 2004.

<sup>11</sup> JANOTTI JR., 2005, p. 65.

Desta forma, as apresentações musicais ultrapassaram os limites das igrejas, há agora produção de shows; os músicos não são apenas cantores de música religiosa, mas são considerados artistas, com pagamento de cachês; há uma incorporação por parte dos artistas e público da performance dos diversos gêneros musicais. Pode-se encontrar artistas masculinos com cabelos longos, pintados ou com cortes transados, tatuados, com brincos, sem camisa, utilizando *piercings*. Além disso, canta-se, toca-se e dança-se de forma bastante semelhante ao que acontece nos shows fora do ambiente evangélico.

A circulação não mais se restringe ao ambiente religioso. A distribuição e comercialização dos produtos evangélicos saíram dos limites das lojas especializadas em artigos evangélicos, tornando-se seção de prateleiras de supermercados e lojas em geral.

O desenvolvimento da música gospel se deu de forma avançada, passando a fazer parte de quase totalidade das igrejas evangélicas do Brasil. Algumas delas passaram a ter estrutura de auditórios para que nelas fossem realizados cultos e shows, além de realizar eventos dos mais variados.

## **2.0. Panorama da indústria fonográfica gospel no Brasil**

Atualmente, o cenário evangélico possui uma grande variedade de artistas, de diferentes gêneros, sendo que grande parte deles têm se caracterizado pelo profissionalismo e qualidade musical.

Há uma grande diversidade de gêneros no meio evangélico, abrangendo até aqueles que, de modo geral, não são considerados apropriados para o ambiente religioso, como o funk, forró ou música eletrônica. Entretanto, apesar de apresentar uma variedade de rótulos e suas respectivas performances, vale ressaltar que o ambiente religioso possui ideologias e práticas peculiares e isso interfere na utilização da música dentro do seu contexto. Assim, não é admissível, por exemplo, o uso de maconha em shows de reggae.

O fenômeno da sinergia observado na grande indústria também está presente na indústria gospel. Os grupos de comunicação de grande porte assemelham-se às grandes



gravadoras da indústria fonográfica em geral, pois dão conta de todo o processo da produção da música, abrangendo os aspectos da gravação, divulgação, circulação e produção de shows. Funcionam numa espécie de rede, em que cada parte do complexo atua com a função de contribuir com a política do grupo como um todo.

Assim, eles possuem uma gravadora, que tem suas produções disponibilizadas em rádio, televisão e internet. Elas podem ser vendidas através de lojas especializadas e os consumidores vão aos shows que os grupos promovem. Como apontado por Herschmann<sup>12</sup>, elas seguem as atuais estratégias da indústria fonográfica de garantir seus lucros, visto que, com as novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC's) e o aumento da pirataria, as empresas têm nos eventos mais uma fonte de renda.

É importante salientar que, apesar de se ocupar de todos os processos da indústria, esses grupos não dão conta de tudo o que ela apresenta, pois, com a utilização da lógica mercadológica pelos agentes do campo religioso, têm surgido nichos terceirizados de circulação da música, como acontece na indústria fonográfica secular.

Entre os principais grupos de comunicação, os que melhor representam a indústria fonográfica gospel são três: a) o que pertence à Igreja Universal do Reino de Deus; b) o que pertence à Igreja Renascer em Cristo e c) o *MK Grupo de Comunicação*, que não é vinculado a instituição religiosa.

a) O grupo que pertence à Igreja Universal do Trino de Deus

O maior complexo de empresas relacionados à produção de música gospel refere-se à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Sobre isso, Maria Penha Rocha constatou:

No Brasil [...] pertence à igreja Universal do Reino de Deus um dos maiores conjuntos de empresas de comunicação deste país. Esse sistema, usado como estratégia para conquistar mais fiéis, abrange: uma rede de rádios tanto em AM como em FM; emissoras de TV; a maior gravadora Gospel do país; o jornal *Folha Universal* com distribuição nacional e uma tiragem semanal de dois milhões de exemplares; o jornal mineiro *Hoje em Dia*; um portal na Internet; uma editora de livros e materiais cristãos, impressos em parque gráfico próprio e vendidos em livrarias próprias presentes em todas as capitais brasileiras. A extensão dos negócios

---

<sup>12</sup> HERSCHMANN, 2007, p.126

de Edir Macedo talvez faça dele o mais poderoso empresário de comunicação social do Brasil, já que seu *holding* tem mais emissoras de TV próprias que afiliadas<sup>13</sup>.

A gravadora que pertence a esse grupo é a *Line Records*, que possui um cast formado por 36 artistas, com estilos musicais mais lentos, como pop, romântico e soul music. Por estar ligada à maior rede de rádios gospel do Brasil, a Rede Aleluia, suas produções são muito divulgadas e, conseqüentemente, consumidas em todo o meio evangélico do país<sup>14</sup>. A *Line Records* também produz música voltada para o mercado de música massiva, mas com uma produção bastante limitada. Trata-se dos selos *New Music*, relacionado à produção de música popular e *Record Music*, que produz as trilhas sonoras das novelas da Record.

A *Rede Aleluia* possui 64 emissoras em 22 estados do Brasil, abrangendo 75% do território nacional<sup>15</sup>. Possui diferentes estilos musicais em sua programação, mas a sua maioria é referente ao que se produz na *Line Records*. Há ainda produções seculares em sua programação, principalmente antigas baladas americanas, trilhas de filmes e músicas instrumentais.

Na televisão, a IURD produz vários programas que disseminam as suas ideologias e transmitem cultos, com participação de cantores da *Line Records*, através da *Rede Record*. Além disso, até o início desse ano era transmitido o programa *Line Music*, em que havia entrevistas com cantores e bandas produzidos pela gravadora, apresentação de videoclipes, matérias com os artistas, propagandas de shows e produtos musicais.

Há ainda produção de eventos e shows com a finalidade de divulgar as produções da empresa da IURD. O mais importante deles é a *Caravana Line Records*, que acontece anualmente em diversas cidades do país. Sua participação na internet se dá pelo site *Arca Universal*.

b) O grupo que pertence à Igreja Renascer em Cristo

---

<sup>13</sup> ROCHA, 2006, p.8

<sup>14</sup> Informações disponíveis em: <http://www.linerecords.com.br/artistas.php> Acessado em 14/03/2010

<sup>15</sup> Informações disponíveis em: <http://www.redealeluia.com.br/> Acessado em 14/03/2010

O grupo da Igreja Renascer em Cristo abrange a gravadora *Gospel Records*, a rádio *Gospel FM*, a *Rede Gospel de Televisão* e o portal de Internet *IGospel*. Segundo Maria Celeste Mira:

O auge do fenômeno das rádios evangélicas está na Rádio Gospel, uma das maiores audiências entre as FMs de São Paulo. Juntamente com um templo, onde se realizam shows, palestras, eventos, uma gravadora, a *Gospel Records*, e entidades assistenciais que cuidam de idosos, menores de rua e dependentes de drogas, ela compõe o patrimônio da Fundação Renascer. Na verdade, trata-se de um circuito, em geral ligado aos jovens (na maioria evangélicos, mas também católicos), comandados pela música Gospel, cujas bandas fazem shows no templo, têm sua própria gravadora e são executadas pela rádio<sup>16</sup>.

A *Gospel Records* tem uma produção muito diversificada, variando entre música sertaneja, corais, samba, *rap*, *hip-hop*, *black music*, *rock*, *pop*, *reggae*, entre outras. Apesar de ter um número menor de artistas em seu quadro, esta gravadora é a que possui a maior variedade de gêneros no seu *cast*.

No rádio, a rede *Gospel FM* possui por uma programação bastante variada, com divulgação de artistas da gravadora do grupo, além de outros que se identificam com o perfil da rede. Caracteriza-se por uma linguagem voltada em grande parte para o público jovem, e está ligada ao movimento gospel internacional e seus festivais mais importantes.

A *Rede Gospel de Televisão* possui uma programação composta quase totalmente por conteúdo religioso, com exceção de transmissão de noticiários e horários comerciais. Seu conteúdo varia entre programas de culinária, jornalismo, videoclips, ensino religioso, além de transmissão de cultos e eventos importantes da Igreja Renascer em Cristo, sempre dando ênfase às produções da gravadora. No programa de auditório *Clip Gospel*, por exemplo, transmitido ao vivo todos os dias às 16 horas, são exibidos clips e DVDs da música gospel, além de contar com a participação de bandas e cantores da *Gospel Records* e de outras gravadoras, em menor frequência. Há ainda espaços reservados a outras igrejas, em horários alugados para estas. Alguns programas desta rede são transmitidos simultaneamente na CNT, canal fechado.

Na internet, o portal *Igospel* dá publicidade às produções e programações da Igreja Renascer em Cristo. Esta é certamente a igreja que mais explora a estratégia de divulgação de produções musicais através de shows e eventos. Os mais importantes deles são o *SOS da Vida* e a *Marcha para Jesus*.

---

<sup>16</sup> MIRA, 1994, p.143

O *SOS da Vida* é um evento anual, que acontece em diversas cidades brasileiras, mas sua maior representação está em São Paulo. É um evento diferente, pois possui grande duração, antes com programação dividida em três dias e atualmente com atrações por 24 horas seguidas. Conta com megaproduções e apresentações de artistas nacionais e internacionais.

A *Marcha para Jesus* é o maior evento gospel do Brasil. Acontece anualmente em várias cidades e é onde a música evangélica alcança maior visibilidade pública. Tem uma dinâmica semelhante à do carnaval, pois utiliza trios elétricos com uma multidão que os segue até a concentração. Entre as capitais, as mais importantes são Rio de Janeiro e São Paulo, onde acontecem os principais eventos do país, além de abarcar as gravadoras e os artistas de maior sucesso no meio evangélico. Possui um público diversificado e se caracteriza pela aglomeração de membros das mais variadas denominações evangélicas do país.

Por ser um evento de massa, e de amplitude nacional, alcançou a espaço nos diversos meios de comunicação laicos, como telejornais, jornais impressos, rádios, internet, revistas, entre outros. Em 2007, o jornal *Correio da Bahia* registrou:

No chão, o que se via eram coreografias em nada diferentes das comumente vistas em apresentações de pagode baiano. Sensualidade, quadris em ritmo frenético, mas, segundo os participantes, nenhuma conotação sexual. “A gente mostra que o povo cristão também sabe louvar a Deus nas ruas, sem violência”, diz a estudante Leila Bonifácio, 14 anos. Sua irmã, Léa Bonifácio, 16, diz que “a gente tem que saber dançar, tem a dança do mundo e a dança evangélica, nossa dança não tem apelação ao sexo”, afirmou, sem, conseguir explicar a semelhança entre os passos.<sup>17</sup>

Aqui, vê-se uma confusão entre os hábitos do meio evangélico e aqueles a que as igrejas se contrapõem. No entanto, mesmo se apropriando das performances de determinados gêneros musicais, é preciso que os membros do campo religioso localizem os seus elementos de distinção. Neste caso, isso é evidente no discurso que legitima as práticas dentro do campo religioso e ao mesmo tempo tenta se opor ao que lhe é externo.

### c) O *MK Grupo de Comunicação*

---

<sup>17</sup> Matéria publicada no jornal *Correio da Bahia*, dia 10/06/2007. Disponível em: [http://www.correiodabahia.com.br/aquisalvador/noticia\\_imprensa.asp?codigo=129982](http://www.correiodabahia.com.br/aquisalvador/noticia_imprensa.asp?codigo=129982)  
Acessado em 17/09/2007

O *MK Grupo de Comunicação* não está relacionado a uma igreja específica e possui a gravadora *MK Music*, a rádio *93 FM* (Rio de Janeiro), também disponível na Internet, com mais de 1 milhão de ouvintes por mês; a *MK Editora* que produz uma das maiores revistas de música evangélica, a *Enfoque Gospel*, o portal jornalístico e de conteúdo *EINet.com*, o portal de vídeo *MK Music.TV*, o portal de música *Som Gospel.com.br*, o portal B2C (comércio eletrônico) *mkshopping.com.br*, *radio93.com.br* e mais outros 50 portais de expressão na Web<sup>18</sup>.

A *MK Music* possui um quadro composto por 40 artistas e suas produções abrangem predominantemente músicas *pop*, *rock*, *black* e sertanejo<sup>19</sup>. Como não está relacionada a igrejas específicas e a rede de rádio de alcance nacional, as músicas são divulgadas em rádios evangélicas locais. É a única gravadora gospel que está inserida na Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD)<sup>20</sup>.

Este grupo de comunicação produz um evento que recebe o nome de acordo com o local em que acontece. Em Salvador, chama-se *Canta Salvador*. Há, também, um programa produzido pela *MK Music*, que antes era transmitido pela televisão, na Rede TV, aos domingos, e agora se encontra disponível na rede. Trata-se do *Conexão Gospel*<sup>21</sup>, que tem como objetivo divulgar produções musicais, bem como os shows que a gravadora promove, além da exibição de videocliques, entrevistas e novidades sobre os artistas que pertencem a esta gravadora.

### 3.0. Conclusão

A inserção dos meios de comunicação nos diversos campos sociais trouxe transformações irreversíveis tanto no que diz respeito às suas dinâmicas internas, quanto ao relacionamento com o que lhes é exterior. No âmbito cultural, o que se vê são grupos

---

<sup>18</sup> Informações disponíveis em: <http://www.mkmusic.com.br/ConsultaQuemSomos> Acessado em 14/03/2010

<sup>19</sup> Informações disponíveis em: <http://www.mkmusic.com.br/ConsultaArtistas> Acessado em 14/03/2010

<sup>20</sup> Informações disponíveis em: [http://www.abpd.org.br/sobre\\_lista\\_associados.asp](http://www.abpd.org.br/sobre_lista_associados.asp) Acessado em 14/03/2010

<sup>21</sup> Informação disponível em: <http://www.conexaogospel.com.br/> Acessado em 14/03/2010

de consumo específicos, que utilizam os media para a produção de suas expressões culturais, bem como para divulgação e afirmação da sua identidade diante dos grupos de que se diferenciam.

No campo religioso, a indústria fonográfica gospel, caracterizada pela produção musical evangélica atrelada à utilização dos meios de comunicação e à lógica mercadológica se constitui como um exemplo das modificações e da adequação a um novo modo de produção cultural.

No entanto, é importante salientar que, apesar da submissão das produções musicais religiosas a regras do campo econômico, elas ainda mantêm características que dizem respeito ao universo evangélico, com funções referentes a ele, como evangelização e afirmação da identidade religiosa.

## Referências

- BLANES, Ruy Lleras. A música na construção de uma identidade religiosa. O caso do movimento evangélico em Portugal. Artigo apresentado no Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais de Coimbra, de 16 a 18/09/2004.
- DOLGHIE, Jacqueline Ziroldo. **A igreja Renascer em Cristo e a consolidação do mercado de música gospel no Brasil: Uma análise das estratégias de marketing.** In: Ciências Sociales y Religión / Ciências Sociais e Religião, Porto Alegre Ano 6, nº 6, p. 201-220, outubro 2004.
- HERSCHMANN, Micael. **Lapa, Cidade da Música. Desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- JANOTTI JR., Jeder Silveira. **Dos Gêneros Textuais, Dos Discursos e Das Canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático.** In: XIV Encontro Anual da Compós, 2005b, Niterói. Textos dos GTs da XIV Compós, 2005.
- **Música Popular Massiva e Gêneros Musicais. Uma proposta de análise da produção e consumo da canção na mídia.** Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, v.3, nº7, p.31-48, julho 2006.
- MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas** / Denis MaQuail; tradução de Carlos de Jesus. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003, p.39 a 49.
- MIRA, Maria Celeste. O global e o local: mídia identidades e usos da cultura. **Margem.** São Paulo: Faculdade de Ciências Sociais / PUC, nº3, p.131-149, dez. 2004.
- REFKALFSKY, Eduardo; PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira; ROCHA, Maria Penha Nunes da. **Comunicação e posicionamento da Igreja Universal**

**do Reino de Deus: um estudo do caso do marketing religioso.** Artigo apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, de 06 a 09/09/2006.

- ROCHA, Maria Penha. **O Império Midiático da Igreja Universal do Reino de Deus: reflexões e análises das estratégias de comunicação da IURD.** Disponível em <http://www.scholar.google.com.br> Acessado em 01/08/2007.

Sites:

- <http://www.linerecords.com.br/artistas.php> Acessado em 14/03/2010
- <http://www.redealeluia.com.br/> Acessado em 14/03/2010
- <http://www.conexaogospel.com.br/> Acessado em 16/09/2007
- [http://www.correiodabahia.com.br/aquisalvador/noticia\\_imprensa.asp?codigo=129982](http://www.correiodabahia.com.br/aquisalvador/noticia_imprensa.asp?codigo=129982) Acessado em 14/03/2010
- <http://www.mkmusic.com.br/ConsultaQuemSomos> Acessado em 14/03/2010
- <http://www.mkmusic.com.br/ConsultaArtistas> Acessado em 14/03/2010
- [http://www.abpd.org.br/sobre\\_lista\\_associados.asp](http://www.abpd.org.br/sobre_lista_associados.asp) Acessado em 14/03/2010