

Uma proposta de investigação da lógica simbólica expressa no Discurso Midiático: O caso do Diante do Trono¹

Alan Soares BEZERRA²

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

O presente artigo é uma proposta de pesquisa de mestrado para o programa de Estudos da Mídia da UFRN. Temos percebido o avanço da música gospel e suas articulações com a indústria fonográfica, logo, buscaremos investigar através das canções temas dos CDs/DVDS do Diante Trono e das formas de produção, distribuição e circulação como a lógica simbólica expressa no discurso midiático está presente nas relações da banda. Propomos uma análise de som, de conteúdo e de discurso, além de entrevista engendradas ao método da complexidade para alcance de nosso objetivos.

Palavras-chave: música gospel; indústria fonográfica; comunicação; culturas urbanas.

Introdução

Que tantas sensações a música pode gerar? Há quais lógicas sua produção está atrelada? Essas são questões iniciais e que por isso, tentar responde-las agora pode não ser o melhor caminho. Porém, podemos de antemão apontar que a música é produtora de sentido e que hoje em dia, e cada vez mais, é desenvolvida dentro da indústria fonográfica que segue uma lógica de mercado alicerçada em outras como a econômica, a tecnológica e a que se sobressai: a lógica simbólica.

Nesse contexto, um segmento musical que cresceu e segue características comuns do mercado é o da música gospel. Ele tem um nicho mercadológico pujante e em constante crescimento, ou seja, promissor em questões financeiras e que tem buscado aprimoramento de suas técnicas. Como exemplo, encontramos o Ministério de Louvor Diante do Trono um dos grupos do segmento gospel que mais tem se destacado pela presença na mídia televisa secular, pelo uso incisivo das redes sociais, e pela qualidade de produção e consequente vieses de distribuição e circulação de seus CDs e DVDs que são gravados e lançados anualmente.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia, da UFRN, email: asbalansoares@gmail.com

Frente a isso, esse projeto visa investigar: Como a lógica simbólica expressa no discurso midiático está presente no Diante no Trono. Uma vez que a entendemos como a maneira pela qual os indivíduos regulam suas trocas sociais, constroem suas representações e criam símbolos. Nesse caso, buscaremos por meio do discurso das canções temas dos CDs/DVDs do grupo e dos processos de produção, distribuição e circulação dos seus produtos à articulação a esses desdobramentos de tal lógica.

Vale salientar que é objetivo dessa proposta é compreender como o segmento gospel tendo por base o Diante do Trono se articula na indústria fonográfica e se utiliza da lógica simbólica nas canções temas dos seus CDs/DVDs. Tendo como hipótese que a presença da lógica simbólica no discurso midiático religioso é resultante do aprimoramento do uso das mídias pelas instituições religiosas que deixou de utilizar os dispositivos tecnológicos **apenas** para ampliar sua voz e ação.

A música gospel em um novo contexto cultural

Percebemos que a religião vem se modernizando, vem se ajustando aos avanços tecnológicos que estão presentes na sociedade. Com isso, suas ferramentas estão em ajustes constantes para manutenção de seus credos e cultura. Sendo assim, encontramos um sagrado permeado por objetos humanos para propagação de seus ideais como, por exemplo, através do uso das mídias.

Compreendemos então, que essa pesquisa visa contribuir no campo da comunicação social, conseqüentemente para a sociologia da religião e de uma forma mais ampla para a sociedade de um modo geral a partir da proposta de em tempos que se acreditava no fechamento de igrejas e esfacelamento da religião ela se reconfigura e apresenta novas ambiências potenciais e tem arrebatado fiéis como o avanço do protestantismo no Brasil.

No que tange a música gospel, ela se aperfeiçoou. Obteve seu nicho mercadológico, porém sem perder uma de suas características iniciais: a propagação de doutrinas. É concernente a isso, que podemos perceber a presença de uma lógica mais complexa na produção, distribuição e circulação dos produtos outrora produzidos, e com isso, discordamos de estudos anteriores como o de Gomes (2008) que apresentava a tese do uso indiscriminado das mídias pela religião, o que acreditamos ter mudado, e é atrás dessa mudança que a nosso ver conjuntura uma nova ambiência que vamos investigar.

A escolha de um estudo de caso - Diante do Trono - deu-se pelo fato da relevância da banda dentro do segmento gospel. Hoje em dia, ele é tomado como referência de qualidade musical e inspiração de outros grupos no meio evangélico. Ratificando assim, que essa decisão ajudará a compreender partindo do particular para o geral, como grupos musicais de mesmo porte tem se relacionado com a indústria fonográfica.

Uma proposta metodológica em uma perspectiva dialógica

As relações comunicacionais são complexas. Logo, estudá-las por uma mão única impossibilita o entendimento que rege essas relações. É bem verdade que o objeto de estudo não nos possibilitará uma totalidade dos fatos a partir do momento em que o próprio é uma interpretação através de um recorte da realidade estudada. Nesses termos, o que propomos investigar são caminhos de análise, uma vez que a lógica simbólica atrelada à indústria fonográfica e essas entrelaçadas no segmento da música gospel é mais complexa do que caracterizar em uma simples observação empírica esse processo.

Quando citamos que essa relação é complexa, nos apropriamos da teoria da complexidade através de Morin (2005) que a apresenta como tecida em conjunto, ou seja, não é algo isolado ou puramente total, e sim, uma parte da realidade que tem em si marcas de outros momentos, contextos e situações que culminaram naquilo que está sendo observado. Como nos termos do próprio autor, é a comunicação em circuito, ou seja, considerando que o homem é um ser biológico-sociocultural e que “os fenômenos sociais são, ao mesmo tempo, econômicos, culturais, psicológicos etc” (p.177).

Diante do exposto, teremos por base, o método da complexidade. Acreditamos ser uma opção relevante já que tanto a comunicação e suas mídias estão em constante evolução, quanto a religião e suas ferramentas também, uma vez que essa escolha nos possibilita entender os conceitos não como acabados e fechados, o que para o caso em estudo é pertinente porque o que adotamos hoje poderá amanhã não abarcar com a realidade. É nessas circunstâncias que acrescentamos:

O método da complexidade pede para pensarmos nos conceitos, sem nunca dá-los por concluídos, para quebrarmos as esferas fechadas, para restabelecemos as articulações entre o que foi separado, para tentarmos compreender a multidimensionalidade, para pensarmos singularidade com a localidade, com a temporalidade, para nunca esquecermos as totalidades integradoras (MORIN, 2005, p.192).

Nesse contexto, partiremos do conceito de sistema para tentativa de compreensão do problema de pesquisa que será estudado e que na concepção de Morin (2005) contempla

três faces que são: o sistema propriamente dito – compreendendo a unidade complexa e o caráter fenomenal do todo, assim como o complexo das relações entre o todo e as partes – que articularemos com o segmento gospel dentro da indústria fonográfica; a interação – que apresenta o conjunto das relações, ações e retroações que se efetuam e tecem o sistema – a qual articularemos a um caminho de mão dupla, ou seja, como estão engendradas as relações música gospel X indústria fonográfica, e indústria fonográfica X música gospel; e a organização – aquilo que forma, mantem, regula, rege – que articularemos a nossa percepção analítica.

Por esse viés no qual “o método é a atividade pensante do sujeito” (MORIN, 2005, p.337), tomamos por procedimentos metodológicos: *levantamento e revisão bibliográfica* aonde buscaremos em bibliografias especializadas, portais, teses e dissertações, catálogos de bibliotecas e de editoras assuntos que estejam no bojo das discussões de nossa problemática.

Realizaremos um *estudo de caso* porque acreditamos justificar a partir de uma particularidade o todo, tendo em vista que o Diante do Trono tem sido parâmetro para outras bandas do meio gospel e tem estado em constante presença nas mídias ratificando uma nova ambiência religiosa. Duarte (2010) embasada por Yin (2001) diz que o estudo de caso é uma inquirição empírica que vai investigar um fenômeno na contemporaneidade dentro de um contexto da vida real. No mais, Duarte apresenta o particularismo, a descrição, a explicação e a indução como procedimentos inerentes do estudo de caso.

Através de uma entrevista com a direção executiva do Ministério de Louvor Diante do Trono, buscaremos compreender as articulações do grupo que envolvam a produção, distribuição e circulação dos CDs/DVDs. Porém, fazemos a ressalva que ainda definiremos como realizaremos a entrevista e qual o instrumento de coleta, se *in loco* ou por algum meio de comunicação.

Após essa primeira etapa que consistiu em revisão bibliográfica, o levantamento necessário inicial do estudo de caso sobre o Diante do Trono e a entrevista, partiremos para um segundo momento que consistirá em três análises: de música, de discurso e de conteúdo.

No caso da análise de música teremos um corpus de 17 canções, àquelas que estão vinculadas aos títulos dos CDs/DVDs do Diante do Trono. Nessa perspectiva, trataremos da música enquanto um indicador cultural que nas palavras de Bauer (2000) são eles que “mensuram elementos da vida cultural que refletem nossos valores e nosso mundo vivencial; eles mudam lentamente através de longos períodos e estão sujeitos apenas até

certo ponto à manipulação social” (p.366). Sendo assim, consideraremos a priori o ritmo, a melodia e a harmonia para que conseqüentemente tratemos da funcionalidade dela no que tange aos efeitos das atividades musicais.

Subseqüentemente, abordaremos a análise de discurso francesa para interpretação das letras e construções intencionais das canções. Manhães (2010) fala que essa epistemologia é caracterizada pela ênfase no assujeitamento do emissor e que está expressa mediante a incorporação de discursos sociais já instituídos como “o religioso, o científico, o filosófico, o mitológico, o poético, ou o jornalístico, o publicitário, o corporativo etc” (p.306). Tomados esse dois procedimentos, acreditamos que poderemos desvendar a forma como a lógica simbólica que na concepção de Charaudeau (2010) é um regulador de trocas sociais, que constroem representações que subjazem as práticas dos indivíduos e cria e manipula signos produzindo sentido, está implícita e/ou explicitamente presente nas músicas. Algo pertinente que Charaudeau (2010) ressalta é que para entender o discurso das mídias a adoção dessa lógica como procedimento analítico possibilitará um melhor resultado, do que se optássemos pela lógica econômica – que abarca apenas as questões mercadológicas – ou pela lógica tecnológica – que privilegia a qualidade e quantidade dos suportes e difusão.

No que tange a análise de conteúdo, a utilizaremos nos modos de circulação dos CDs/DVDs do Diante do Trono através dos vídeos comerciais exibidos tanto na televisão como na internet. Fonseca Júnior (2010) categoriza a análise de conteúdo em sete formatos, destes, a análise estrutural como a adotada para tratamento dos comerciais no momento em que o autor diz que ela é:

Baseada na linguística estrutural, esta técnica parte do pressuposto de que todo texto é uma realidade estruturada, que não se revela pelo conteúdo manifesto, pois encontra-se implícita. A estrutura é entendida como uma realidade oculta do funcionamento da mensagem a ser desvelada pelo analista (FONSECA JÚNIOR, 2010, p.302).

Justificamos que para tal procedimento selecionaremos os dois últimos álbuns do grupo pelo fato de possivelmente apresentarem as mais atuais mudanças da banda.

Por fim, porém não menos importante, salientamos que paralelo a cada etapa e procedimento citado, estaremos redigindo a dissertação, como forma de ratificação ou não de nossa hipótese.

A música e a religião: processos e simbolismos

A Bíblia no capítulo 96 versículo 1 do livro dos Salmos diz: “Cantem ao SENHOR um novo cântico; cantem ao SENHOR, todos os habitantes da terra”. A relação entre a música e a religião não é novidade, porém as formas de performance de ambas estão em constante movimento. E esse movimento nos dias de hoje, estão engendrados nas mídias e complexificados em sua conjuntura.

Durkheim (2004) vai dizer que a religião é um sistema de ideias respondendo a um determinado objeto, e que as forças expressas pela religião são forças humanas e morais. Forças essas expressas de diversas maneiras sejam nos rituais, nos cultos, nas doutrinas, pregações e na música.

Ao adotarmos a música, a tomamos como um indicador cultural (BAUER, 2000) que concerne às representações coletivas que são o “produto de uma imensa cooperação que se estende não apenas no espaço mas no tempo também; para fazê-las, uma multiplicidade de espíritos diversos associaram, misturaram e combinaram suas ideias e sentimentos” (DURKHEIM, 2005, p.158).

Nessa perspectiva, Bourdieu (2007) aponta que a religião é produtora de poder simbólico, este exercido pelo poder das palavras e testificado por quem as enuncia, e dessa maneira é fonte de produção de capital simbólico. Porém, para que assim seja a sociedade precisa confirmar através de suas relações sociais essa inferência da religião, ou seja, a sociedade como um ato, o que nas palavras de Durkheim:

A sociedade só pode fazer sentir sua influência se ela é um ato, e ela só é um ato se os indivíduos que a compõem estão reunidos e agem em comum. É pela ação comum que ela toma consciência de si e se afirma; ela é, antes de tudo, uma cooperação ativa (...) é pois a ação que domina a vida religiosa e só por isso que a sociedade é sua fonte (DURKHEIM, 2005, p.168).

Acrescentamos ainda tendo por base o autor supracitado que a técnica religiosa é uma mecânica mística, com alvo de atingir as consciências, de fortalece-las e discipliná-las.

Diante desse contexto teórico, podemos identificar a formação de um nicho mercadológico desde os primórdios da religião, mas que nos dias de hoje encontra-se imersa em uma tecnologia midiática, o que nas palavras de Gomes (2008) é uma “ambiência que trabalha na construção de sentido, induzindo uma forma de organização social” (p.22). O que por sua vez, desencadeará na ação da lógica simbólica defendida por Charaudeau (2010) que a entende como um regulador das trocas sociais, construtiva de representações que subjazem as práticas dos indivíduos e que cria e representa signos.

De uma maneira geral a religião é portadora de poder simbólico que produz sentido aos seus envolvidos e que são esses adeptos da religião que ratificarão a eficiência

desse poder, e mais, para sua total desenvoltura aparenta necessário o agir em comum que não significa dizer ao mesmo tempo e local, porém ações socialmente exercidas pelos fiéis, como por exemplo, no consumo rentável da música gospel.

Despertado esse fervor capital, estudiosos do campo escreveram sobre o avanço desse segmento no Brasil e como aqui ele tem seguido uma lógica econômica, tecnológica e consequentemente simbólica.

A música gospel e a Indústria fonográfica

O que hoje consideramos como a música gospel passou por mudanças ao longo do contexto histórico do protestantismo. Porém, características dela permanecem ou foram se aperfeiçoando no decorrer da história, Albuquerque Júnior (2013) diz que ela:

Opera através dos elementos discursivos dos cultos, no sentido de promover ‘signos de orientação’ que inspiram e mantêm ordem, através da música religiosa – sobretudo as canções populares evangélicas (música gospel), no sentido de comporem, elas mesmas, instrumentos de preservação/manutenção da ordem das coisas, uma vez que a música (portanto produto cultural, humano), como *instrumento estético-acústico transfigurador* cumpre importante papel, por sua *eficácia simbólica*, de integrar as verdades da espiritualidade ao mundo objetivo, reduzindo a distância entre o céu (no sentido de heaven) e a terra (mundo objetivo, simples e sociologicamente dado) (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p.14).

E completa:

Admite-se que a música, com seu ‘poder’ de evocar elementos performáticos, bem como de alinhar percepções e senso comum às próprias estruturas de sua composição, cumpre, sobretudo no meio religioso, a função de ‘refletir as ideologias de fé dos *agentes especializados*, diluindo o mundo objetivo no espectro simbólico ao qual a mensagem do cântico religioso se refere diretamente (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p.14).

Percebendo essa relevância da música dentro do contexto religioso, ratificamos a importância do que hoje se firmou como o segmento da música gospel no Brasil, que sofreu mudanças após o fenômeno de origem norte americana se espalhar pelo mundo. Paula (2012) ao abordar os aspectos organizacionais e estruturais da música gospel no Brasil vai dizer que a partir de 1990 ocorreram grandes e significativas mudanças na produção musical desse setor, ele diz que o mais significativo foi a formação do nicho fonográfico desse segmento.

Ao tratar do termo gospel, o autor diz:

Se nos Estados Unidos o termo *gospel* refere-se a um gênero musical criado por negros protestantes, que, entre outras características, tem ritmo sincopado, caráter emocional e origem nas canções de trabalho (work songs), no Brasil, a partir deste período, o vocábulo em questão passou a identificar as canções evangélicas disponibilizadas pelas gravadoras para o consumo de massa. Em outras palavras, mais do que designar singularidades rítmicas e melódicas, como ocorre entre os norte-americanos, em nosso país, a palavra *gospel* é usada como categoria demarcadora de fronteiras, distinguindo a música industrial evangélica das demais e, com efeito, identificando, também, o segmento fonográfico que a produz. Com a formação deste nicho, além dos hinos tradicionais, os quais faziam parte da liturgia dos cultos e de programações musicais evangélicas, foram disponibilizados, para audiência, o funk *gospel*, axé music *gospel*, black music *gospel* etc (PAULA, 2012, 142/3).

Mendonça (2008) ao tratar também do *gospel* diz que se trata da “estrutura da tecnologia e do mercado evangélicos que se desenvolveram” e possuem uma “renovação musical cristã, que se sustenta tanto na reprodução dos gêneros musicais nacionais quanto na adaptação de tendências musicais globalizadas” (p.220).

Nessa perspectiva, o autor diz que a música *gospel* funciona como símbolo de identidade, além de veículo de expressão cristã. Ao discorrer sobre a história, aponta que no século XIX ela surge com frases da Bíblia, de sermões ou do cotidiano escravo, porém, já hibridizadas com canções de origem africana, hinos protestantes e sons de trabalho. No século XX, características da música *gospel* com a música secular eram mais nítidas. Nesse sentido, interações do *gospel* com a canção popular norte americana auxiliaram no desenvolvimento do rock’n roll e da soul music. Hoje em dia, relações da música *gospel* com o pop têm sido traços da modernidade que esse segmento musical conquistou.

Dolghie (2004) quando menciona a música *gospel* diz que historicamente podemos situa-la como o termo ligado à produção de cânticos religiosos protestantes e completa:

Musicalmente, esse novo estilo se vale de todos os ritmos, que vão desde o rock pesado até o samba, passando pelo funk, axé, etc. As bandas são as mais variadas e se confundem com o tipo de apresentação de músicas seculares. O termo *gospel* é nesse caso, usado como uma música, não importa o seu estilo, que fale de Deus ou pelo menos de coisas de Deus (DOLGHIE, 2004, p.203).

Frente a isso, a indústria fonográfica percebeu a pujante possibilidade de um progresso no encaixe da lógica mercadológica no *gospel*. É a partir dessa conjuntura que Medonça (2008) diz que a marca do crescimento dessa indústria é adoção do *gospel* em todo tipo musical e que essa diversificação de estilos é um mandamento da contemporaneidade e mais que uma estratégia de mercado. Sendo assim:

A música gospel, assinalada pelo binômio evangelização-entretenimento, é uma ferramenta de proselitismo empregada por diversas denominações neopentecostais para alcançar tanto grandes multidões em megaeventos quanto menores redutos como as tribos urbanas de surfistas, roqueiros e aficionados da cultura hip-hop e ainda artistas da música popular (MEDONÇA, 2008, p. 241).

Paula (2012) corrobora ao dizer que faz parte do setor fonográfico a produção, divulgação e distribuição de músicas evangélicas ligadas ao segmento empresarial que estar para além dos limites religiosos e adentra na sociedade em geral.

É a partir de tal referencial apresentado que o Ministério de Louvor Diante do Trono se caracteriza. Um grupo musical com 17 anos de história que nasceu na capital mineira e que tem ano após ano aprimorado suas técnicas de produção, distribuição e circulação de seus produtos além da complexidade das letras de suas canções. Mendonça (2008) diz que o surgimento dos ministérios de louvor vem como uma sacralização da música:

Os cantores gospel não se consideram artistas, mas ‘ministros’ ou adoradores, o que contribui para a sacralização tanto da função que exercem como da música que adotam nos cultos e shows. O surgimento dos ‘Ministérios de Louvor’, grupos que realizam grandes apresentações em que o estilo musical reúne animadas canções e lentas baladas de letras curtas e repetitivas, está na base da consolidação do louvor congregacional – atividade em que o público é estimulado a cantar junto com os ‘ministradores’ dos momentos de louvor (MEDONÇA, 2008, p.243).

A história do Diante do Trono

O Diante do Trono (DT) é um Ministério que tem como objetivo principal: “vivenciar e incentivar a adoração a Deus nas nações do mundo, *influenciando a sociedade* e a nova geração de adoradores com *excelência, santidade e amor*”³(grifo nosso). E se há essa tentativa de influência, existe a possibilidade de trocas, sendo assim, Dolghie (2004) disserta que a conotação mercadológica passar existir através dessa conotação específica, de um público alvo e um resultado específico, caracterizando um planejamento de marketing. Logo, fazemos a ressalva das palavras em itálico: influenciando a sociedade, excelência, santidade e amor; como indícios integrantes nessa lógica.

O Diante do Trono é uma banda de números estrondosos. No site oficial do grupo existe uma seção intitulada *História do DT* que traduz isso. Apesar da narrativa histórica ter parado no CD/DVD de número 12 – hoje já estão no 17 – vamos aos números:

³ Fonte: www.diantedotrono.com/historiadt

Oriundo depois de uma viagem aos Estados Unidos de Ana Paula Valadão e Sérgio Gomes (que foi maestro do grupo por um bom tempo), o DT começa a ser pensado em 1997 e em 31 de janeiro de 1998 na Igreja Batista da Lagoinha em Belo Horizonte/MG - igreja dos pais da líder do louvor - é gravado o primeiro CD e nos tempo VHS do grupo contando nessa primeira gravação com 7 mil pessoas.

Em fevereiro de 1999, com mais de 7 mil pessoas é gravado o CD Exaltado. Em julho de 2000, Águas Purificadoras é gravado não cabendo mais na Batista da Lagoinha, sendo necessário um palco montado no parque de Exposições da Gameleria em BH e contando com mais de 70 mil pessoas. Nesse momento, já passa a explodir nas igrejas evangélicas os dois primeiros CDS do grupo.

Preciso de Ti, o quarto CD da série é gravado no Mineirão em julho de 2001 e com um público de aproximadamente 210 mil pessoas. No ano seguinte, o DT já será reconhecido pelo prêmio mais importante na época do meio gospel: o Troféu Talento com a música do ano.

O ano de 2002 trás uma novidade: as gravações a partir de então iriam ser disseminadas pelo Brasil e os números não parariam de subir. Em julho, na Esplanada dos Ministérios em Brasília, 1.200.000 pessoas estiveram presentes na gravação do CD/DVD/VHS “Nos braços do Pai”.

2003 é a vez de São Paulo com a gravação de “Quero me apaixonar” que obteve um público de 2 milhões de pessoas. Em 2004, 1.200.000 pessoas reuniram-se em Salvador para a gravação de “Esperança”. Já em 2005, 300 mil pessoas estiveram em Porto Alegre na gravação do oitavo CD da série “Ainda existe uma cruz”. No ano de 2006, “Por amor de Ti, oh Brasil” é gravado em Belém do Pará. Em 2007, no Rio de Janeiro, 100.000 pessoas gravam “Príncipe da Paz”, um marco nas produções artísticas do grupo.

O ano de 2008 trás o grupo para a capital pernambucana onde gravam o CD “A canção do amor” com duas noites de gravação e cerca de 30 mil pessoas que pagaram para essa gravação – um diferencial, já que em todas as gravações passadas a entrada era gratuita.

Em 2009, o DT retorna à BH e gravam o 12º CD: Tua Visão. 2010 é a vez de “Aleluia”, gravado em Barretos/SP. 2011 em Natal no Rio Grande do Norte é gravado o CD

“Sol da Justiça” com um público de 270.000 pessoas que de acordo com a prefeitura da cidade foi o maior evento da história do estado. 2012, em Manaus/AM gravam “Creio”. Já em 2013 em Juazeiro do Norte/CE gravam “Tu Reinas”. E em maio desse ano, o DT inovou mais uma vez e gravou o primeiro CD/DVD fora do país, em Israel com título “Tetelestai⁴”, com previsão de lançamento em dezembro de 2014.

Uma simples Consideração

Algo percebido sem esforço ao longo das produções do CDs e mais precisamente dos DVDs foi o salto qualitativo que o Diante do Trono obteve. E foi isso juntamente com a sua inserção na televisão e assinatura de contrato com a Som Livre que despertou nosso interesse de pesquisa, em buscar investigar como a lógica simbólica está presente através das canções temas e do grupo e como se reconfigurou a produção, distribuição e circulação dos produtos.

Acreditamos que essas relações entre a música gospel, o protestantismo e a cultura estão cada vez mais complexas com cada um cumprindo seus papéis e articulando ou rearticulando suas práticas a partir da produção simbólica que é resultante do consumo desses bens simbólicos. Porém, reiteramos que nosso interesse no momento é refletir sobre a problemática e construir diálogos.

Referências

- A **BÍBLIA SAGRADA**. Revista e Corrigida. Trad.: João Ferreira de Almeida. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2009.
- ALBUQUERQUE JÚNIOR, Valdevino de. “**Caleidoscópio da Fé**”: a produção de sentido no “gospel” midiaticizado pela música pentecostal. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/albuquerque-junior-2013-caleidoscopio-da-fe.pdf> Acesso em 22/05/2014.
- BAUER, Martin W. Análise de ruído e música como dados sociais. In.: BAUER, Martin W. GASKELL, George. (Ed). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. P.365-390.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 11ed. Trad.: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- DOULGHIE, Jacqueline Ziroldo. **A igreja renascer em Cristo e a consolidação do mercado da música gospel no Brasil: uma análise das estratégias de marketing**. In.: Ciências Sociais y Religion/Ciências Sociais e Religião. Porto Alegre, ano 6, n.6, p.201-220, outubro de 2004. Disponível em: seer.ufrgs.br/CienciasSociaisReligiao/article/view/2273 Acesso em 07/07/2014.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de Conteúdo. In.: DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010. P.280-303.

⁴ Tradução do Judaíco que diz “Está Consumado”.

- GOMES, Pedro Gilberto. O processo de mediação da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e religião. In.: FAUSTO NETO, Antônio. (*et al*). **Mídia e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.
- MANHÃES, Eduardo. Análise de Discurso. In.: DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010. P.305-315.
- MARTINO, Luiz Mauro Sá. SOUZA, Beatriz Muniz de. **Sociologia da Religião e Mudança Social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil**. 2ed. São Paulo: Paulus, 2008.
- MENDONÇA, Joêzer de Souza. **O evangelho segundo o gospel: mídia, música pop e neopentecostalismo**. In.: Revista do Conservatório de Música da UFPel. Pelotas, n°1, 2008. P. 220-249. Disponível em: <http://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/RCM/article/view/2442> Acesso em: 7/7/2014.
- MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência**. 82ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- PAULA, Robson Rodrigues de. **O mercado da música gospel no Brasil: aspectos organizacionais e estruturais**. In.: Revista UNIABEU. Belford Roxo V.5. n°9. Jan-Abr, 2012. P.141-157. Disponível em: <http://www.uniabeu.edu.br/publica/index.php/RU/article/view/370> Acesso em: 07/07/2014.
- RODRIGUES, José Albertino. (Org). Religião e Conhecimento. In.: **Émile Durkheim**. 9ed. São Paulo: Ática, 2004. P.147-203