

CAIA BABILÔNIA: ANÁLISE DE UMA CANÇÃO RELIGIOSA A PARTIR DO CONTEXTO, POÉTICA, MÚSICA, PERFORMANCE E SILÊNCIO

Eduardo Meinberg de Albuquerque Maranhão Filho*

RESUMO: Através de uma canção específica, *Caia Babilônia*, reggae de poética evangélica da Bola de Neve Church, proponho alguns parâmetros de análise de canção a partir de cinco aspectos: *performance*, *silêncio*, *contexto*, *música* e *poética*. Esta reflexão foi realizada através de observação participante, anotações de diário de campo, leitura bibliográfica e investigação audiovisual. Inicialmente, apresento algumas características da Bola de Neve Church, sinalizo a inconveniência do termo “música gospel” e faço um breve histórico da canção gospel contemporânea brasileira. Depois, proponho a análise de *Caia Babilônia* aplicando os cinco referenciais citados. Tal canção é exemplo de estratégia de marketing religioso que chamei *marketing de guerrilha santa*, e tem como referente discursivo principal a teologia da batalha espiritual. É também símbolo de uma agência religiosa marcada por expressões identitárias e discursos *derretidos*, inseridos num contexto de espetacularização e midiaticização da fé.

Palavras chave: análise de canção religiosa, música gospel, marketing religioso, batalha espiritual, Bola de Neve Church.

CAIA BABILÔNIA: ANALYSIS OF A RELIGIOUS SONG THROUGH CONTEXT, POETIC, MUSIC, PERFORMANCE AND SILENCE

ABSTRACT: Through a specific song, *Caia Babilônia*, gospel poetic's reggae of Bola de Neve Church, I propose some parameters for analysis of song through five aspects: performance, silence, context, music and poetry. This reflection was done from participant observation, field notes, reading literature and audiovisual research. Initially, I present some characteristics of Bola de Neve Church, notes about the inconvenience of the word “gospel music” and a brief history of brazilian contemporary gospel song. Then, I propose the analysis of *Caia Babilônia* applying the five cited references. This song is an example of religious marketing strategy called *holy guerrillas marketing*, and has as main discourse concerning the theology of spiritual warfare. It is also a symbol of a religious agency marked by *melted identity* and *discourse*, embedded in a context of spectacle and media coverage of faith.

Keywords: analysis of religious song, gospel music, religious marketing, spiritual warfare, Bola de Neve Church.

Introdução

A Bola de Neve Church (BDN) é uma agência evangélica de características (majoritariamente) neopentecostais, fundada em 1999 por Rinaldo Luiz de Seixas Pereira. Apóstolo Rina, como é chamado por seus fiéis, é formado em propaganda e marketing, pós-graduado em administração e surfista. Tais elementos sinalizam para os modos como esta firma religiosa é gerida e dá pistas de um dos segmentos de público a

* Doutorando em História Social pela Universidade de São Paulo, mestre em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina, especialista em Marketing e Comunicação Social pela Cásper Líbero, graduado em História pela Universidade de São Paulo. Contato: edumeinberg@gmail.com.

ser alcançado: os “jovens” surfistas.¹

Quando a BDN foi criada, seu nicho mercadológico consistia em surfistas, skatistas, atletas em geral, fãs de gêneros poético-musicais como o reggae e o rock, moradores e frequentadores de cidades litorâneas e centros urbanos, de classe média e média alta. Entretanto, graças à intensa midiáticação sofrida por esta firma evangélica, o público ampliou. (MARANHÃO F^o, 2009, 2010 *a*, 2010 *b*, 2011, 2012). Na BDN Floripa, por exemplo, seu público-alvo mais recente são os estudantes da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).²

Por ter um líder com tal formação acadêmica, a BDN se caracteriza pela gestão administrativa, gerenciamento de mercado, criação e adaptação de bens simbólicos religiosos, oferta de serviços direcionados a públicos segmentados e ações estratégicas de marketing religioso.

Uma das maneiras como a BDN se midiática está em suas canções gospel. Dentre estas, destaca-se Caia Babilônia, composta pela pastora-cantora Denise Seixas, esposa de Rina e líder da Tribo de Louvor, conjunto mais importante da agência.³ O que proponho aqui é uma análise desta canção, amparado em parâmetros relacionados à performance, silêncio, contexto, música e poética.

Gostaria, antes, de sinalizar a insuficiência das categorizações comumente utilizadas pelos pesquisadores de fenômenos associados ao universo evangélico. Classificações como “ondas pentecostais”, reverberada por autores como Paul Freston (1994), “neopentecostalismo”, por Ari Pedro Oro (1992) e Ricardo Mariano (1996),⁴ e

1 Daqui em diante, me refiro a esta agência religiosa por suas iniciais, BDN. Como observei, a maioria do público desta igreja é formada por pessoas de 12 a 35 anos. Evidentemente, a noção de *juventude* é relativa. Tal conceito pode ultrapassar o da idade cronológica, e pessoas de qualquer idade podem se sentir “jovens”. Sobre o termo *agências religiosas*, este é utilizado por pesquisadores do paradigma estadunidense de mercado religioso, ou das economias religiosas, como Rodney Stark, Roger Finke, James McCann, Larry Iannaccone e William Bainbridge, comentados por autores como Alejandro Frigerio, Lemuel Guerra e Ricardo Mariano.

2 A unidade de Florianópolis é conhecida como Bola de Neve Floripa. Acompanhei, em 2 de setembro de 2012, pregação na unidade de Florianópolis onde o pastor Rodrigo Aldeia, mais conhecido como Digão, expressou: “nossa missão é evangelizar esta faculdade”. Na primeira reunião da Célula UFSC da BDN, o líder Diego Ferreira me explicou: “o Bola saiu do Rio Tavares para a Trindade pelo fato da UFSC estar aqui, e tudo girar em torno da Trindade. Na verdade, ouvi o apóstolo Rina dizer assim pro Digão uma vez: ‘vai trocar de lugar, cara... o Bola do Rio Tavares vai mudar’ e aí ele começou a buscar a direção do Senhor, e sentiram aqui na Trindade. Aqui com certeza é também mais bem localizado”. (Entrevista realizada em 6 de setembro de 2012 logo após a realização da primeira reunião da Célula UFSC.)

3 Denise Seixas é também líder dos ministérios de Levitas (Louvor e Adoração) e das Mulheres do Bola, além de outro conjunto de reggae gospel, o Ruth’s, formado por mulheres.

4 Como lembram Leonildo Silveira Campos (1997) e Ricardo Mariano (1999), Freston se inspirou nas obras de Peter Wagner (BURGESS, 1995, p.810, *apud* CAMPOS, 1997) e de David Martin (1990, *apud* CAMPOS, 1997) para cunhar a expressão ondas pentecostais. Wagner e Martin já haviam usado o termo *ondas* para periodizações do fenômeno evangélico. O termo *neopentecostalismo*, mais conhecido através

até uma minha (neopentecostalismo de supergeração, 2010 *a*), devem ser entendidas como recursos pedagógicos para entender o cosmos religioso, auxiliando na comparação de aspectos entre as firmas religiosas.

Tais classificações não dão conta da hibridação e mobilidade destas comunidades, especialmente das contemporâneas, líquidas (BAUMAN), com discursos e expressões identitárias maleáveis e derretidas (MARANHÃO Fº, 2009), típicos de agências que tem como âmago a criação e o atendimento das demandas voláteis de fiéis-consumidores.⁵ Chamo a BDN de agência evangélica de características (majoritariamente) neopentecostais sabendo que tal termo é insuficiente para explicá-la. De todo modo, este é um texto em processo, não pretendendo ser conclusivo – mesmo porque a BDN, compreendida no contexto concorrencial do mercado, é uma agência em processo de (re) elaboração de suas práticas, discursos e identidades religiosas.⁶

Palavras iniciais sobre a canção gospel

Entendo inconveniente o uso da expressão “música gospel”, comumente apropriada para definir a produção artística de compositores e músicos evangélicos, mas podendo ser entendida também em relação à de artistas católicos. Um termo melhor seria canção gospel.

A música é um dos elementos constitutivos de uma canção, juntamente com outros, como a poética (MORAES, 2000 e NAPOLITANO, 2002), a performance

de Mariano (1996), foi utilizado por Ari Pedro Oro em 1992.

⁵ Comentando sobre a Bola de Neve, considere anteriormente a mescla entre discursos *derretidos* (apontando a aparente flexibilização de usos e costumes, informalidade e coloquialidade) e discursos *congelados* (sinalizando a rigidez doutrinária impressa nas pregações). Tanto o abrandamento quanto o enrijecimento do discurso são respostas às demandas específicas de fiéis. (MARANHÃO Fº, 2009).

⁶ A primeira unidade da BDN que conheci foi a de Florianópolis, em 2005, conhecida como Bola de Neve Floripa. Ficava no Rio Tavares, próxima a casa onde eu morava, no Campeche. Frequentei o curso de líderes de células da mesma e fui instituído como tal. Não quis assumir a liderança quando me foi recusado o pedido de abertura da célula em um morro local, o Monte Serrat. Como o líder da agência disse que “as pessoas do morro não podiam descer para a igreja”, entendi que “não poderiam contribuir financeiramente”, daí minha frustração e desistência. Fui líder do ministério de Futebol da BDN Floripa e participei de outros, como o de Assistência Social, o de Boas-Vindas, o Bolinha de Neve (infantil) e o de Dança. A partir de 2006 frequentei outras agências evangélicas, algumas também tendo os surfistas como nicho mercadológico, como a Calvary Chapel, onde participei do grupo de *louvor e adoração*, e os Surfistas de Cristo. Em 2008 iniciei minha pesquisa de mestrado em História sobre a BDN, no PPG da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). A mesma foi orientada e coorientada, respectivamente, por Márcia Ramos de Oliveira (UDESC) e Artur Cesar Isaia (UFSC), defendida em 2010 e chamada “A grande onda vai te pegar: mercado, mídia e espetáculo da fé na Bola de Neve Church”. Em 2012, assisti a um culto dominical da BDN Floripa e à primeira reunião da Célula UFSC da BDN, realizando entrevistas com o líder e o músico desta. Dedico este artigo aos meus orientadores e amigos Márcia e Artur.

(FINNEGAN, 2008) e o silêncio (ORLANDI, 2007).⁷

O próprio termo gospel, ou evangélico, se relaciona mais apropriadamente com a expressão textual que com a musical, já que supostamente se refere às narrativas dos Evangelhos e de outras partes da Bíblia.

Para ser considerada “música gospel”, esta não deve conter letra, só a intervenção instrumental. Seria o caso, por exemplo, de um *psy trance gospel* ou outro tipo de música eletrônica, e das batalhas de *beats*.⁸ São expressões musicais que têm intenções de louvor, adoração e divulgação religiosa, mas não possuem letras. Recebendo uma poética, melhor convencionar canção gospel.

A canção gospel costuma ser referida por termos que misturam o aspecto lírico com o gênero musical. Daí surgirem expressões como *gospel rap*, *white metal*, *funk* evangélico, *axé*, *baião* e *xote gospel*, dentre muitas possibilidades. Por tratar-se de expressão de religiosidade, e ecoar as vozes autorizadas e sacralizadas dos líderes religiosos, pode obliterar a razão, estimular emoções e favorecer a adesão a discursos, ultrapassando fronteiras em direções inimagináveis, midiaticizada por gravadoras, rádios, tevês e ciberespaço.

O termo gospel é referente discursivo e dispositivo estratégico empregado por conjuntos, gravadoras e firmas religiosas e seculares para valorizar mercadorias e produtos, qualificando positivamente suas marcas, atraindo nichos de mercado específicos e refletindo sua eficácia performativa.

Breve histórico sobre a canção gospel brasileira contemporânea

Chamo de canção gospel brasileira contemporânea, aquela produzida após a década de 1960 e forjada a partir da hibridação entre poética evangélica e gêneros musicais contemporâneos, o que a distingue dos hinos religiosos mais tradicionais.

No Brasil, gêneros poético-musicais como samba, xaxado, marchas e forró, começaram a ser apropriados pelos evangélicos a partir desta década, agregando instrumentos como “o violão, o pandeiro, o acordeão, o triângulo e a bateria.” (CUNHA,

7 Marcos Napolitano e José Geraldo Vinci de Moraes, dentre outros autores, auxiliarão na proposição desta análise. Napolitano, exemplarmente, colabora com a noção de parâmetros musicais e poéticos (2002). Orlandi comenta sobre o silêncio em relação à canção, mas não enfatiza a pausa ou o embargo. Para esta, o silêncio da canção se situa principalmente na censura, no interdito, no tabu.

8 Batalhas de *beats* são competições onde *rappers* apresentam músicas sampleadas, julgadas por uma comissão. Como os *beats* não costumam ter letras, o rap (rhythm and poetry), caracterizado pela mistura de ritmo e poesia, reveste-se apenas de aspecto musical. Acompanhei a realização da primeira Batalha de *Beats* da Banca de Rap Cristão (BRC) de Florianópolis, em 7 de setembro de 2012, durante a comemoração de seis anos deste ministério, conhecido como “Igreja do Rap”.

2007, p. 100). Luiz de Carvalho teria sido um dos primeiros inovadores ao introduzir “o violão na igreja, numa época que somente o órgão tinha acesso livre” (BAGGIO, 2005, p. 57).

Neste momento os hinos oficiais eram acompanhados por uma espécie de produção independente formada por “cânticos ou corinhos, presentes desde os anos 1950” e tocados em eventos específicos como “louvorções, acampamentos e Escolas Dominicais”, gerando a insatisfação de “jovens” que preferiam estas canções às do culto principal, e dos músicos, que se sentiam desprestigiados por não receberem incentivo à formação técnica e pela desvalorização de suas produções, o que era comum aos músicos seculares.⁹ (DOLGHIE, 2004, p. 206).

A partir da década de 1970 algumas agências evangélicas procuraram atrair o público jovem através do rock e das “baladas românticas trazidas pelos grupos norte-americanos”, fazendo com que os hinários tradicionais perdessem espaço, originando os primeiros conjuntos de rock evangélico do Brasil, com composições próprias e adaptações de conjuntos estadunidenses (CUNHA, 2007, p. 100). Um dos primeiros conjuntos foi o Rebanhão, fundado por Janires Magalhães Manso “por volta de 1977, fazendo shows em São Paulo em cima da carroceria de um caminhão”, sendo seguido por “Sinal de Alerta, Banda e Voz, Complexo J e Fruto Sagrado, no Rio de Janeiro; Kadoshi (ex-Atos-2), Oficina G3, Banda Gerd, Banda Rara, Kastsbarnéa e Resgate, de São Paulo” (BAGGIO, 2005, p. 60).

A canção evangélica brasileira acompanhou as inovações tecnológicas do século XX agregando os mais novos recursos de reprodução fonográfica, instrumentos de alta qualidade, músicos de excelência, dança e dramaturgia. Baggio comenta que as primeiras gravadoras evangélicas foram a Arca Musical, no Rio de Janeiro, e a Music Maker, em Belo Horizonte, seguidas pela Bom Pastor, fundada em 1971 por Elias de Carvalho.¹⁰

9 Em relação aos músicos seculares, José Geraldo Vinci de Moraes narra ter havido, entre fins do século XIX e começo do XX, um processo marcado pela vinculação de músicos a formas de entretenimento pago (como bares e teatros), e que foi seguida por sua incorporação ao mercado e posterior profissionalização, o que levou a “uma realidade palpável e desejável; e, finalmente, a canção é obrigada a dialogar de diversas maneiras, positiva e negativamente, com os meios de comunicação eletro-eletrônicos.” (MORAES, 2000, p. 213).

10 Para Baggio, a Bom Pastor seria a “maior gravadora e distribuidora de música cristã contemporânea do Brasil” (BAGGIO, 2005, p. 63). Atualmente tal informação talvez possa ser relativizada. Além de produtoras/distribuidoras de alto impacto no mercado evangélico como CPAD, Gospel Records e Line Records, o mercado fonográfico gospel recebeu a adesão das seculares, como a Som Livre, da Rede Globo, - tradicional adversária da Record/Universal, de Edir Macedo - e a Sony, que possui um selo gospel dedicado a artistas evangélicos.

Demandas de músicos e “jovens” foram atendidas por líderes como Estevam Hernandes, fundador da Renascer em Cristo. Aos primeiros, sinalizou com a possibilidade de profissionalização, gêneros poético-musicais menos convencionais e *status* ampliado através de “grandes eventos de gravação e lançamento de CDs e shows realizados por todo o País, que atraem o público jovem”, motivado pelo “grupo musical que se apresenta, ficando a igreja de tal grupo em segundo plano ou, até mesmo, incógnita.” Gêneros como heavy metal, hip hop e sertanejo tornam-se assim um novo “produto litúrgico” (DOLGHIE, 2004, p. 208-209).

Na Renascer, o heavy metal (em suas diversas formas, como o trash, o doom, o death, o speed e o black), gênero poético-musical associado num imaginário popular ao anti-cristianismo, ao satanismo e à feitiçaria, foi apropriado e (re) significado por conjuntos evangélicos ligados à *Christian Metal Force* (CMF), atendendo expectativas de parte de seu público e servindo de imã de “metaleiros.”

Investir no atendimento de demandas de roqueiros fez parte das estratégias de flanqueamento de um marketing de guerra santa, onde, para obter fatia do mercado religioso, a Renascer se valeu da inovação, sobrepujando assim algumas de suas concorrentes (MARANHÃO Fº, 2012, p. 216). Formado em marketing, foi natural a Hernandes analisar as forças do mercado e ajustar sua oferta a tais anseios através dos lançamentos fonográficos de sua gravadora em cultos, festivais, programas de rádio e canal de tevê próprio.¹¹

Um dos modos de diagnosticar se tais estratégias eram frutíferas estava nas falas dos fiéis do começo da década de 1990: “a Renascer é a igreja do rock”, “Deus é do metal”, “aqui nós tocamos *heaven’s* metal”. Os gêneros apropriados pela Renascer satisfaziam os fiéis-consumidores, que se tornavam promotores de mercadorias e produtos, e agentes de divulgação/consolidação da agência.

Outras agências têm como público segmentado os *headbangers*. Dentre estas, ressaltam-se Refúgio do Rock, Caverna de Adulão, Crash Church, Zadoque, Ossos Secos e Sarcófago.¹² Estas “igrejas do metal” praticam um conjunto de estratégias que

11 Os CDs e DVDs da produtora/distribuidora Gospel Records são midiatisados por diversas rádios evangélicas, dentre elas, a Gospel FM, da própria Renascer, e sua TV Gospel. São comercializados por lojas situadas dentro e fora das unidades da agência. A Renascer pode ser considerada uma *igreja eletrônica* por excelência. O uso que fez do ciberespaço foi posterior. A BDN, dissidência desta, por ter a internet como plataforma majoritária de midiatisação, pode ser considerada mais *ciberespacial* que eletrônica.

12 O Refúgio do Rock foi fundado em 1993 por Sandro Baggio, ligado à Igreja Quadrangular, recebendo posteriormente a adesão de Cláudio Tibérius, ex-líder da CMF da Renascer. Baggio é autor de uma das obras que utilizo nesta parte do artigo. Para maiores informações sobre *algumas* das “igrejas do rock”, ver

chamei “marketing de guerrilha santa”, combatendo “por um espaço mais reduzido que aquele pretendido por igrejas como Universal, Mundial, Internacional e a própria Renascer” (MARANHÃO Fº, 2012, p. 218).

Além do rock de Resgate, Oficina G3 e Brother Simion com a Katsbarnea, a Renascer investe em outros gêneros, como o rap de DJ Alpiste e Kadoshi e o sertanejo-romântico de Marcelo Aguiar. O Renascer Praise, conjunto especializado em gêneros diversos, recebe a participação da bispa Sônia Hernandez, apresentando as canções, e do apóstolo Estevam, fazendo minipregações durante os shows/louvores.¹³

Algumas agências evangélicas têm na conversão de artistas uma estratégia de marketing relacionada à apropriação de gêneros outrora considerados “mundanos” ou “demoníacos”. Músicos e cantores seculares no ocaso de seu prestígio recebem novo status quando incorporados ao *cast* de gravadoras e firmas evangélicas, midiaticando as mesmas através de canções e “testemunhos de conversão”.¹⁴ O capital simbólico que tais artistas carregam é capaz de atrair público, criar repercussão positiva nas mídias e dotar a firma religiosa de maior eficácia simbólica. Como há o estímulo à profissionalização e capacitação técnica de artistas e sua inserção “no mundo”, muitos destes fazem parte do elenco de produtoras/distribuidoras seculares.¹⁵

O mercado gospel acolhe artistas evangélicos e católicos. Dentre os últimos, destacam-se “padres-cantores” da RCC (Renovação Carismática Católica), como Marcelo Rossi e Fábio de Melo, que gravaram *hits* evangélicos.¹⁶ Além dos padres-

Sandro Baggio (2005), Márcia Regina da Costa (2004), Magali do Nascimento Cunha (2007), Jacqueline Zirolto Dolghe (2004) e Mariana Taube Romero (2005).

¹³ Desde sua fundação, no início dos anos 1990, e até 2008, o conjunto havia lançado 13 CDs, sendo sete ao vivo e um em espanhol, todos pela Gospel Records. Em Israel, no ano 2000, gravou o primeiro DVD gospel brasileiro ao vivo. Seus shows contam com corais, coreografias e efeitos cenográficos. Já foram realizados em estádios de futebol e fazem parte da Marcha para Jesus e o SOS Gospel, eventos organizados pela Renascer. Em 13 de outubro de 2007 o conjunto gravou, na Sede Internacional da Renascer, na Vila Mariana, São Paulo, com orquestra e coral, o DVD/CD *A Espera Não Mata a Esperança*. O mesmo contou com a apresentação de Sônia, ao vivo, através de transmissão via satélite no sistema de multicanal, diretamente de Miami, Flórida, onde cumpria regime de reclusão domiciliar por evasão de divisas. O ingresso custava de R\$ 40 a R\$ 60 para os que comparecessem na sede, e R\$ 10, aos que assistiam ao evento em alguma de suas 1200 igrejas espalhadas pelo Brasil. Seu lançamento oficial, com transmissão nos telões da sede e filiais, ocorreu em 24 de novembro de 2008.

¹⁴ Há exceções. Dentre estas, destaca-se Rodolfo Abrantes, que referiu conversão ao (neo) pentecostalismo no auge de sua fama com o conjunto de rock Raimundos. Dou alguns exemplos de artistas seculares que se tornam artistas evangélicos em *Marketing de Guerra Santa*: da oferta e atendimento de demandas religiosas à conquista de fiéis consumidores (2012).

¹⁵ Alguns recebem reconhecimento da mídia gospel e secular, circulando por ambos ambientes, como Juninho Afram, líder da Oficina G3. Integrante do Tagima Dream Team (que reúne músicos brasileiros), Afram foi incluído pela revista *Guitar Player* como um dos melhores guitarristas nacionais em atividade. O mesmo tocou com seu conjunto no Rock in Rio 3, de 2001, e venceu, após duas indicações anteriores, a edição de 2009 do Grammy Latino, com o disco *Depois da Guerra*.

¹⁶ Dentre outros exemplos, Rossi gravou *Fico Feliz* e *Deus do Impossível*, de Aline Barros, e Melo,

cantores, há artistas católicos de todos os gêneros musicais, do heavy metal de Eterna e Rising Cross, ao reggae/ska dos Skatólicos, passando pelo forró dos Doidin de Deus (DDD). No Brasil, nos rankings de CDs e DVDs mais vendidos, figuram artistas sertanejos e padres católicos, seguidos mais de longe pelos evangélicos.¹⁷

Há semelhanças entre os artistas gospel e seculares: ambos compõem ou interpretam canções alheias, alguns adaptam letras do inglês para o português, recebem cachês pelos shows, utilizam aparatos tecnológicos e mercadológicos, concorrem a premiações, são referências para fãs, gravam fonogramas e pensam em determinados públicos. Tal aproximação pode ser observada na descrição que a Bola Music, produtora e distribuidora da BDN, faz de si mesma:

o ritmo de crescimento do mercado evangélico já anunciava o fim da informalidade e do amadorismo, e a consolidação cada vez maior do profissionalismo. O selo possui um moderno estúdio de gravação nas dependências da igreja e sua estrutura administrativa funciona no prédio ao lado do templo.¹⁸

Artistas gospel como Robinson Monteiro foram promovidos através de programas seculares como o Raul Gil.¹⁹ Mas no caso dos artistas “do mundo”, o mesmo não ocorre: o mercado evangélico, endógeno por natureza, não aceita sua entrada, visto que este tipo de canção costuma ser associada ao pecado, com exceção das que são adaptadas à poética gospel. Dentre tais adaptações, destacam-se paródias feitas a partir do hit secular “Ai, se eu te pego”, de Michel Teló, como *Ai, se eu prego*.²⁰

A terminologia usada pelos artistas gospel diferencia sua produção da feita pelos seculares. A canção é o hino, louvor ou adoração, os conjuntos são ministérios de louvor e adoração, os shows são cultos de adoração, as turnês são jornadas proféticas. O palco da igreja é chamado altar, e os cantores são adoradores, ministros ou levitas (denominação estendida aos instrumentistas).

Deus Cuida de Mim de Kleber Lucas, configurando estratégia de atração de evangélicos à RCC.

¹⁷ A Som Livre, da Globo, tem promovido artistas evangélicos. Um exemplo está na coletânea *Promessas*, com hits de Irmão Lázaro, Robinson Monteiro, Aline Barros, Soraya Moraes, André e Ana Paula Valadão, além de *Faz um milagre em mim (ao vivo)*, de Régis Danese, canção executada por artistas gospel e seculares a partir de 2009, sendo um caso onde a canção se tornou mais conhecida que o seu autor.

¹⁸ **Bola Music**. Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

¹⁹ Alavancado pelo programa Raul Gil, à época apresentado na rede Record, Robinson Monteiro gravou o CD *Anjo*, que em dois meses vendeu um milhão de cópias (CUNHA, 2007, p. 103). Outros artistas foram promovidos por programas como o *Sabadaço*, de Gilberto Barros, que tinha o quadro *A mais bela voz gospel*.

²⁰ **Ai se eu prego**. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=tS1gi7soE14>. Acesso em: 17 ago. 2012.

Há ainda a “unção de adorador”, quando o fiel demonstra o fervor da fé, recebe proteção divina e prospera no mundo espiritual e secular, já que a adoração ajudaria a “vencer principados e potestades”. Consumir CDs e DVDs originais e comprar ingressos para shows/louvores são formas de agradecimento ao artista e propiciadores de bênçãos aos mesmos, vistos como instrumentos de Deus. Nestes eventos, é comum que haja a solicitação para ofertas de amor aos artistas, ou seja, contribuição financeira extra. Selos como a Bola Music se divulgam como agentes abençoadores de ministros de louvor e adoração.²¹ A canção é entendida como ungida e abençoada, e quando uma pessoa é presenteada com uma canção, esta se torna canal de benção na vida dela. A canção é autorizada,²² sacralizada, alicerce para a fé e (suposto) andaime para o divino.

Se num contexto de marketing de guerra santa (MARANHÃO F^o, 2012), a agência religiosa deve analisar o mercado, perceber e antecipar expectativas e investir em determinado(s) estilo(s) de canção, vale perguntar: é a indústria fonográfico-midiática *gospel* que determina o gosto do público, ou é a demanda deste que condiciona a oferta? É um pouco de cada coisa.

Parâmetros para a análise de *Caia Babilônia*

Há agências evangélicas que tem no heavy metal seu principal promotor, enquanto outras se especializam em forró, samba, soul, funk, etc. A BDN tem o reggae como gênero majoritário, seguido de perto pelo rock e mais de longe pelo rap. Seu conjunto principal, a Tribo de Louvor, tem como “carro-chefe” a canção *Caia Babilônia*, cuja letra se segue:

Os homens fazem a guerra
Depois tratam da paz
O que eles não percebem
É que o ontem já foi
O amanhã nem chegou
Por isso hoje viva e deixe viver
Vença a guerra dentro de você
Deixe o amor de Deus
Te ensinar a viver

Peça ao Senhor chuva de primavera
Pois o Senhor é quem faz o trovão

21 A página conta que sua filosofia “não é a de lucros”, mas a de “abençoar os ministros de louvor”. **Bola Music**. Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

22 *Canção autorizada* é adequação de expressões de Bourdieu como “voz autorizada (o líder instituído)”, “palavra autorizada (a Bíblia, leitura considerada sagrada)”, “templo autorizado (a própria igreja onde se dá o ato litúrgico)” e “ritos autorizados (que constituem esta liturgia)”. (BOURDIEU, 1996, passim.)

ARTIGOS

E manda chuva pra plantação
É Ele que dá o fruto da terra ao homem
Pra que ele se alegre com sua provisão

Deus criou a terra, criou o mar
Pra que dela eu possa cuidar
Pra que eu possa cuidar
Será que isso irmão, não é suficiente
Pra você entender
que não tem o porquê
De adorar a criatura
Ao invés do Criador?

Por isso hoje ouça o chamado de Deus
Ele lhe chama de filho seu
Guerreiros da Babilônia
Instrumentos do seu amor

refrão: Caia Babilônia, caia Babilônia

Através de Caia Babilônia, sugiro alguns parâmetros para a análise de canções a partir de cinco aspectos: performance, silêncio, contexto, música e poética.²³ Cada aspecto pode possuir diferentes parâmetros de análise, negociados de acordo com a canção e a intenção do pesquisador, e estes podem ser observados separadamente e depois associados e/ou comparados. Os resultados da análise de cada aspecto, por sua vez, podem ser observados em conjunto.²⁴ Outro método de análise possível consiste em avaliar os parâmetros de forma conjunta, já que tais aspectos se entrelaçam e criam liames entre si.²⁵

As canções podem ser analisadas de várias formas, como abordado por Finnegan:

uma canção pode ser experimentada – pode existir – numa performance ao vivo, numa página impressa, numa fita cassete, num LP, em vídeo, em CD, em transmissões de rádio e televisão, pode ser “baixada” da internet, discutida num e-mail, enviada por um celular; ou

23 Um aspecto de análise possível, dentre outros, é a realização de **entrevistas** com líderes, autores, produtores, distribuidores e consumidores. Estas possibilitam que se conheçam melhor os contextos de criação, produção, divulgação e consumo, dentre outros. No caso deste artigo, tentei entrevistar Denise Seixas, através do e-mail da Tribo de Louvor, disponível no site da Bola Music, mas não recebi resposta às minhas mensagens.

24 Novas pesquisas e observações podem detectar outros aspectos e parâmetros analíticos. Neste texto, me ateno à proposição de alguns aspectos e parâmetros de análise possíveis, separadamente. Não estabeleço, no momento, uma comparação entre as análises de cada parâmetro.

²⁵ A análise conjunta é sugerida por Finnegan. Para esta, “analisar uma canção enquanto performance evita perguntas sobre o que vem, ou o que deveria vir, primeiro, pois nesta perspectiva a existência da canção não se encontra no texto escrito, na obra musical ou na partitura, nem em alguma origem primeva na história da humanidade (...) nesse momento encantado da performance, todos os elementos se aglutinam numa experiência única e talvez inefável, transcendendo a separação de seus componentes individuais (...) o texto, a música e tudo o mais são todas facetas simultaneamente anteriores e superpostas de um ato performatizado que não pode ser dividido. (FINNEGAN, 2008, 24.)

pode ser recitada de memória, recriada em voz alta (...) ou fragmentada. (FINNEGAN, 2008, 37.)

Em cada caso, a experiência performática adquire diferentes sentidos e significados, dada a diversidade do suporte e da experiência estética de cada fruidor. Na análise de Caia Babilônia, farei análise sucinta sobre o silêncio e a performance, pensando em apresentações ao vivo, e posteriormente, com o auxílio da versão fonográfica, aprofundarei os demais aspectos propostos (poética, música e contexto).²⁶

Performances em mosaico: primeiras impressões sobre *Caia Babilônia*

Entre 2005 e 2009, assisti Caia Babilônia ser apresentada pela Tribo de Louvor/Denise Seixas e por conjuntos locais na BDN São Paulo, BDN Floripa e BDN Balneário Camboriú (SC). Tais observações possibilitaram apontamentos sobre alguns aspectos da performance como instância de análise de canção.²⁷

Finnegan comenta que “para analisar a palavra cantada precisamos entendê-la como performatizada, encenada por meio da voz – afinal o canto é em si próprio entendido como um marcador de ‘performance’”. (FINNEGAN, 2008, 19).²⁸ A autora se refere à performance vocal, percebida desde os sussurros ao microfone até as distorções e efeitos. Além disto, “muitas canções que nos são familiares contêm palavras sem sentido em termos estritamente referenciais: todos os *tralálás*, *ba-da-uás*, *iê-iê-iês*, ou versos terminados em *oh*, *ah*, *e-ié* e assim por diante”. (Idem, 2008, 31.) No caso de Caia Babilônia, as palavras sem sentidos são representadas através de *tchuru-tchuru-tchus*. Para Finnegan, “o texto pode se dirigir a algum grupo restrito, ou a ‘Deus’ em vez de humanos (...) Ele pode estar em uma língua estrangeira ou exclusiva, ou numa língua que não importe muito para a performance como um todo”. (Ibidem, 2008, 31.)²⁹

²⁶ A versão performatizada é analisada a partir de anotações de caderno de campo e observação participante. A versão fonográfica de Caia Babilônia, que analiso, está no registro: BOLA DE NEVE CHURCH (TRIBO DE LOUVOR). *Louvor e Adoração, volume 1*. São Paulo: Bola Music, 2005.

²⁷ A análise ao vivo privilegia a observação de um maior número de elementos performáticos, como expressão corporal, readequações na poética e na música, coreografias e manifestações diversas, que sinalizam para o objetivo fundamental das canções: atrair a atenção do receptor -, Deus, como referem alguns artistas, ou o fiel-consumidor da agência.

²⁸ Para Finnegan, a canção como performance é tradicionalmente relegada a outro plano pois costuma-se pensar a linguagem como signatária de um discurso “verdadeiro”. (FINNEGAN, 2008, 19.) A autora refere que o interesse pela performance veio das interpretações de caráter transdisciplinar, onde a ideia de processo, diálogo e ação se sobressaíram em relação à definição de objetos de estudo como produtos, estruturas ou obras definitivas. Comenta que “mais do que sobre ‘arte’, falamos agora sobre artistas e sobre como eles fazem as coisas, os recursos e limitações com os quais lidam ou os contextos e universos nos quais operam”. (FINNEGAN, 2008, 21.)

²⁹ Aprofundo a análise sobre a performance vocal e sobre a poética em partes posteriores do trabalho.

Nas performances ao vivo das canções gospel, muitos artistas falam em idiomas supostamente estrangeiros,³⁰ por vezes associados a diferentes manifestações atribuídas ao Espírito Santo, como a imitação de determinados animais.³¹ A performance vocal associa-se à corporal, sinalizando ainda para a instrumental, a apropriação de elementos cênicos e coreográficos, e o próprio palco-altar, espaço de realização das “prega-shows”. Todos estes elementos, associados, promovem a obliteração dos sentidos e a adesão do fã-fiel à mensagem religiosa da agência.

Os shows/louvores da BDN são realizados sob a incidência de jogos de luzes que privilegiam público, palcos-altares e artistas, muitas vezes em sincronia com estrofes e refrões. As letras costumam ser projetadas em telões, e em alguns casos, todo o louvor é projetado, como no show realizado pela Tribo de Louvor no Citibank Hall, casa de shows paulistana, para a gravação do DVD O Maior Amor, em 2009.

A cada apresentação de Caia Babilônia, como de qualquer canção, surgem novos detalhes. Quando uma canção é (re) apresentada pelo autor ou por intérpretes, em reprodução mecânica ou em show, há processos de co-autoria e de “re-autoria” com graus distintos de (re) significação; e no caso dos shows/louvores, as canções são espaços naturais para a pregação em momentos de pausa ou concomitantes à música.

É importante lembrar que as performances do artista relacionam-se com sua biografia, fatores psicológicos e emocionais, seu contexto sociocultural, a agência religiosa a que pertence, o público-alvo que pretende atingir, e as demandas que a criação poético-musical envolvem, relacionadas com a autoria, a produção, a distribuição e o consumo.

A performance é relacionada diretamente ao silêncio, entendido principalmente na forma da pausa, da quebra momentânea do preenchimento sonoro, mas sempre cheio de sentido, remetendo à expressão som do silêncio, da canção de Simon & Garfunkel.

30 Na *glossolalia*, a pessoa, envolvida psicológica e/ou emocionalmente balbucia palavras aparentemente sem nexos semântica e sintaticamente. Este comportamento costuma ser confundido com a *xenolalia*, onde o indivíduo falaria em línguas existentes, mas que o mesmo desconhece, semelhantemente ao que ocorria com o episódio do Pentecostes, quando apóstolos teriam sido *cheios do Espírito Santo* e *recebido línguas de fogo*, como descrito no livro de *Atos dos Apóstolos*, atribuído a Lucas. Para Nogueira, “linguistas que se dedicam a estudar numerosas gravações do “falar em línguas” de conhecidas etnias não atestam a xenolalia e mesmo os possíveis casos de xenolalia são muito raros e não têm comprovação científica” (NOGUEIRA, 2008, p. 15).

31 Tais manifestações costumam ser entendidas como “unções”. Dentre estas, destaca-se a do riso, a do choro, e aquela onde o artista, por vezes seguido do público, performatiza o comportamento de animais. Um exemplo recente está na “unção do leão”, divulgada no Brasil por cantoras como Ana Paula Valadão. **Valadão – Unção dos Animais (Leão) – Legendado**. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=aEHw81YjW0c>. Acesso em: 12 ago. 2012.

Os sons do silêncio

No caso da canção gospel, o silêncio deve ser visto de modo ampliado: ele guarda significados e sentidos. Marcante nos momentos de pausa *durante* ou *no intervalo* das canções, tem a função de propiciar momentos de meditação, reflexão acerca das palavras pregadas pelos líderes de louvor e/ou líderes da agência religiosa, e de consequente adesão a estas mensagens.

Para Eni Orlandi, há um silêncio fundante, que é o real da significação, onde “o silêncio é o real do discurso” (ORLANDI, 2007, p. 29), visto com sentido, e não como falta, enquanto a linguagem é um excesso, “movimento periférico, ruído” que divide e organiza o silêncio. Nesta concepção, o silêncio significa, e “não o definimos negativamente em relação à linguagem (o que ele *não* é) mas em sua relação constitutiva com a significação (o que ele *é*).” (Idem, 2007, p. 42). O silêncio não é o vazio ou o não-sentido, mas um “indício de instância significativa”. Surge então a ressalva: não é do silêncio físico que Orlandi fala, e sim do silêncio humano, do silêncio como sentido e como história, como matéria significante, aquele que instala o limiar do sentido.

Orlandi cita J. De Bourbon Busste (1984), para quem o silêncio não é a ausência de palavras, mas aquilo que existe *entre* as palavras, entre as notas da música, entre os astros e os seres, sendo o “tecido intersticial que põe em relevo os signos que dão valor à própria natureza do silêncio que não deve ser concebido como meio”. Seria um “intervalo pleno de possíveis que separa duas palavras proferidas: a espera, o mais rico de todos os estados”, sendo assim, espécie de “iminência”. (Ibidem, 2007, p. 68.)

O silêncio na canção pode tomar várias formas. Dentre estas, Orlandi apontou o silenciamento, o interdito, o tabu e a censura. (Ibidem, 2007). Muitas vezes, a performance reforça estas formas de silêncio, também “dizendo o que não deve ser dito”.

Em relação à canção gospel, a principal forma de silêncio está no embargo e na pausa da voz, acompanhada pela cessação dos instrumentos.³² Em Caia Babilônia, não há momento de pausa total dos instrumentos e da voz durante a canção, instaurando silêncio propiciador de sentidos. Nesta canção, o silêncio se dá antes e após a canção ser entoada, estimulando uma polissemia de significados.

Mas é relevante pensar que há outras nuances do silêncio. Entre as estrofes, a voz e a poética silenciam, e em toda canção há instrumentos que emudecem. Na canção

32 O silêncio pode ser pensado também em relação à “música gospel”, aquela desprovida de letra.

gospel, o silêncio, tanto quanto o som tem como objetivo reforçar a mensagem do artista/pregador.

O silêncio é ainda o elo que forja o diálogo, essencial na pregação musicada. Pregadores eficazes comumente estimulam a participação da audiência, fazendo com que a mesma reafirme as mensagens que ele propõe. Em um dos shows/louvores que acompanhei, após discorrer acerca da importância de se vencer o ‘mundo’ (entendido como as tentações que estão fora da igreja), Seixas introduziu a canção estimulando os fãs-fieis: “vamos derrubar a Babilônia?” Ao fazer esta indagação, Seixas estimula a resposta óbvia, vamos!, de modo semelhante ao que o comercial da Caixa Econômica Federal faz com seu jargão “vem prá Caixa agora...”, cuja pausa existe para que o espectador preencha o silêncio com o sentido esperado: vem!

Este recurso também é utilizado na performance da canção reproduzida no DVD *O Maior Amor*. Zeider Pires, cantor do conjunto de reggae Planta & Raiz, que acompanha Seixas neste show/louvor, entra em palco desejando a paz e indagando “cadê os guerreiros?”. Em seguida, Seixas estimula: “quero ouvir os profetas e os guerreiros aqui, profetizando a queda da Babilônia”, e durante a canção, pergunta: “cadê os guerreiros? Cadê as guerreiras? Levanta as suas mãos! Profetiza!”, e completa: “vai cair Babilônia!”³³ A mescla entre pausa e performance é demonstrada no refrão, quando Seixas mexe os braços de cima para baixo como se forçasse a queda dos muros babilônicos, movimento copiado pela massa de fãs-fieis. Ao final da canção, a expressão esperada: “a Babilônia caiu!”

Canto e corporeidade induzidos, a mensagem é revestida de aceitação, legitimidade e eficácia performativa, e o sentimento de pertença reforçado. Vislumbra-se a voz autorizada contemplada por Bourdieu e o discurso religioso citado por Orlandi, marcado pelo autoritarismo, em que há o “desnívelamento fundamental na relação entre locutor e ouvinte: o locutor é do plano espiritual (o Sujeito, Deus) e o ouvinte é do plano temporal (sujeitos, os homens)”, em que o “locutor é Deus, logo, de acordo com a crença, eterno, infalível, todo-poderoso; os ouvintes são humanos, logo, mortais, efêmeros, de poder relativo. Na desigualdade, Deus domina os homens”. (ORLANDI, 1987, p. 244).

Este discurso é “aquele em que fala a voz de Deus” (Idem, 1987, p. 240)³⁴, ou

³³ Esta versão pode ser vista no Youtube. **Caia Babilônia**. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=DpoLGSIFnk&feature=related>. Acesso em: 15 abr. 2012.

³⁴ Orlandi comentou também que o discurso religioso é autoritário por se referenciar e qualificar em si,

como ela reformulou posteriormente, “no discurso religioso, em seu silêncio, o “homem faz falar a voz de Deus.”(Ibidem, 2007, p. 28). Talvez o discurso religioso possa ser entendido como o momento em que o homem (supostamente) faz falar o (suposto) silêncio ou a (suposta) voz de (um suposto) Deus. De todo modo, silêncio e performance reforçam a mensagem de canções e pregações, e ambas validam-se na suposição de que Deus quer ser escutado através delas.

Contextos em caleidoscópio

Além dos silêncios e performances, a canção pode ser entendida através de seus contextos. Como a BDN se caracteriza pelo derretimento e fluidez de suas expressões identitárias e discursos, dependentes dos ventos do mercado, a contextualização sobre a canção pode ser vista de modo pouco conclusivo e mais plural: muitos aspectos poderiam ser elencados. Assim, tal contextualização pode ser entendida de forma caleidoscópica: a mudança de um olhar pode estimular uma série de outras miradas.

Autores como José Geraldo Vinci de Moraes sugerem uma análise externa da canção, com seu contexto histórico mais amplo, “situando os vínculos e relações do documento e seu(s) produtor(es) com seu tempo e espaço”, e seu contexto mais específico, com o “processo social de criação, produção, circulação e recepção da música popular.” (MORAES, 2000, p. 216).³⁵ Márcia Ramos de Oliveira contempla que “a canção em sua expressão vem acompanhada da inserção no contexto em que emerge, contraposta às condições que lhe deram origem” e que a partir da década de 1980 no Brasil, os historiadores ocuparam-se “das relações de produção e condições de circulação relacionadas a música.” (OLIVEIRA, 2008, p. 69).

Em relação à produção, difusão e circulação, deve-se identificar a associação com o mercado e os meios de comunicação, estabelecendo relações com as mediatizações, sentidas no cotidiano das pessoas, “transformado irreversivelmente pelo rádio, disco, profissionalização dos artistas, lógica dos espetáculos e imprensa especializada.” (MORAES, 2000, p. 216).³⁶ Semelhantemente, Marcos Napolitano

no suposto da perfeição divina, sendo caracterizado pela contenção da polissemia: “não podemos dizer que o discurso autoritário seja monossêmico, mas sim que ele tende à monossemia (...) todo discurso, por definição, é polissêmico, sendo que o discurso autoritário tende a estancar a polissemia”, sendo o discurso religioso autoritário (Ibidem, 1987, p. 240).

³⁵A criação e a recepção são para o autor os elementos mais difíceis de analisar e só podem ser entendidos em suas “nuances e especificidades históricas”.

³⁶ Para Valente, haveria uma “canção das mídias”, composta, executada, difundida e recebida “tendo em conta os recursos oferecidos pelo conjunto de técnicas do som (e/ou do audiovisual) vigente que, por sua vez, está condicionado à esfera político-econômica das gravadoras (e, por tabela, das rádios), de maneira

aponta para a criação, produção, circulação e recepção (ou apropriação). A criação vai do contexto do autor à sua intenção de alcance, passando pelo contexto da obra, indicando a influência do entorno na obra e da obra no entorno. (NAPOLITANO, 2002, p. 99).

Contexto geral

Caia Babilônia, antes de tudo, é canção inserida no marketing religioso da agência que a produz. A BDN se insere num contexto concorrencial onde as firmas religiosas têm como objetivo a conquista da mente, do imaginário, do desejo do consumidor e de uma desejável *religious share of market* (ou fatia do mercado religioso)³⁷ através do que convencionei marketing de guerra santa (MARANHÃO Fº, 2012), amparado em preceitos de Al Ries e Jack Trout (1989). Mais especificamente, esta agência, conhecida como ‘igreja de surfistas’, se utiliza das estratégias de um *marketing de guerrilha santa*, onde firmas religiosas de menor expressão, ao serem comparadas às líderes do setor em que atuam, combatem em busca da preferência de um público segmentado (MARANHÃO Fº, 2012, p. 218, 220-223).³⁸ A atenção à segmentação do público reverbera na criação e adaptação de produtos (discursos, serviços, ritos e práticas) e mercadorias (mídias audiovisuais, adesivos, roupas e outros) religiosas, dentre estas últimas, a canção midiaticizada.³⁹

O marketing de guerrilha santa da BDN tem como principal ferramenta a midiaticização através de seu portal no ciberespaço (MARANHÃO Fº, 2010 *a*), e este comporta a maioria das demais formas da agência se veicular, que dão contornos à sua pregação religiosa, caracterizada, por exemplo, pelos graus de normatização sobre afetos e sexualidade (MARANHÃO Fº, 2009, 2010 *b*), a realização de eventos esportivos (MARANHÃO Fº, 2010 *b*) e o discurso econômico amparado na teologia da prosperidade (MARANHÃO Fº, 2011), que se relaciona com a do domínio, da cura divina, da saúde perfeita e da batalha espiritual. As canções da BDN são portadoras e

mais ou menos expressiva”. (VALENTE, 2007, p. 3). Tais meios fizeram com que gêneros associados originalmente a classes economicamente menos favorecidas alcançassem novos ouvintes. É o caso nos Estados Unidos, do *spirituals*, *soul music*, *blues* e *gospel*.

37 O termo *share of market* é usado por áreas como administração e marketing. *Religious share of market* é minha aplicação deste conceito ao mercado religioso.

38 A BDN costuma ser considerada como neopentecostal, e dentro deste setor do mercado religioso, a líder é a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), seguida por outras firmas neopentecostais, como a Igreja Internacional da Graça de Deus e a Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD).

39 A atenção à segmentação foi responsável pela emergência da própria BDN. Como detectava Roger Finke, “quando o mercado não estiver regulado, as religiões dirigem-se aos interesses de segmentos específicos do mercado. À medida que surjam novos interesses, uma nova religião aparecerá para ocupar o vazio.” (Finke, 1990, p. 622, *apud* FRIGERIO, 2008, p.26-27.)

mensageiras eficazes de tais doutrinas, que devem ser divulgadas para o maior número de pessoas, daí a importância que se reveste a gravação e divulgação de fonogramas. Como o site da Bola Music comenta,

A música é uma linguagem universal e sempre atraiu muitas pessoas para o reino de Deus. Muitos são aqueles que contam testemunhos de experiências sobrenaturais com Deus através do louvor. É uma maneira de levar os louvores ministrados durante os cultos para casa, e mais do que isso, levar a mensagem de Jesus Cristo àqueles que ainda não O conhecem.⁴⁰

A inserção de Caia Babilônia num contexto de gerenciamento de mercado pode ser avaliada, por exemplo, através de conceitos como os “quatro As do marketing”, referentes à análise, adaptação, ativação e avaliação.⁴¹ Caia Babilônia é reflexo de análise de mercado, pois o reggae é gênero musical demandado por fãs/fiéis, adaptada como mercadoria produzida para atender a essa procura, ativada pois após sua autoria e produção é divulgada e colocada à venda e avaliada porque há o controle sobre sua distribuição e resultados comerciais. O *marketing mix*, (ou 5 *pês*) também pode ser aplicado em relação a esta.⁴² Ela é um produto religioso associado a formas de mídia específicas, tem pontos de venda e distribuição próprios, como a Lojinha da Bola e o shopping virtual, que atuam como promotores dos produtos juntamente com Bola TV e Bola Radio,⁴³ os preços destas mídias (CDs e DVDs) variam (ela pode ser baixada de graça pela internet, resultado menos desejado), com suas promoções (podendo ser paga de diversas formas) e seu público consumidor, pessoas que consomem a canção através dos DVDs, CDs e shows/louvores.

Tal contexto, de encaixe na sociedade do espetáculo religioso e em um marketing

40 **Bola Music**. Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

41 Como Raimar Richers mostra, os quatro *As do marketing* são formados pela *análise*, que consiste em entender as forças vigentes no mercado em que opera a empresa, a *adaptação*, que ajusta a oferta (linhas de produtos e/ou serviços) às forças externas percebidas através da análise, a *ativação*, medidas destinadas a fazer o produto atingir os mercados pré-definidos e ser adquirido pelos compradores com a frequência desejada, e a *avaliação*, que exerce controles sobre os processos de comercialização e interpreta os seus resultados. (RICHERS, 1994, p. 20).

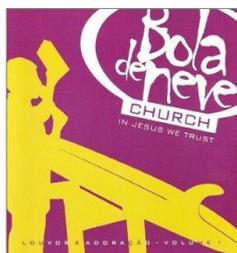
42 O *marketing mix* (ou a mistura de marketing) seria a combinação de elementos variáveis que compõem as atividades de *marketing*. É formado por *produto*, *preço*, *promoção* e *ponto de venda* (*praça de distribuição*), e *pessoas* (*público*). O termo *marketing mix* foi formulado por Jerome Mc Carthy na primeira edição de seu *Basic Marketing*, de 1960, desenvolvido por Neil H. Borden em seu artigo *O Conceito do Marketing Mix* (The Concept of the Marketing Mix) em 1964, e popularizado por Philip Kotler em toda sua obra.

43 As mercadorias da BDN podem ser encontradas em pontos de distribuição externos também, tanto evangélicos como seculares.

de guerra santa, pode ser visto na seção *Fale Conosco* do site da Bola Music. Ao invés de ser convidada para louvar e adorar, como diria o “evangeliquês”, a Tribo de Louvor pode ser contratada através de seu “Contato para Shows”.⁴⁴ Este contexto, mais ampliado, se relaciona com contextos específicos, referentes à criação, produção, circulação e recepção da canção.

Criação, produção, circulação e recepção

Caia Babilônia foi composta por Denise Seixas e gravada com a Tribo de Louvor em 2004, fazendo parte do álbum *Louvor e Adoração - volume 1*. Este contém versões reggae de sucessos evangélicos, além de composições de Seixas.⁴⁵



Louvor e Adoração - volume 1. Disponível em:

www.myspace.com/tribodelouvor/photos.

Acesso em: 12 ago. 2012. ⁴⁶



Denise Seixas com a Tribo de Louvor, Zeider e Rodolfo.

Disponível em: www.bolamusic.com.br/hotsites/index.php?id_banda=25.

Acesso em: 12 ago. 2012.⁴⁷

As composições de Seixas, como da maioria dos artistas gospel, revestem-se de suas experiências religiosas, sinalizando a relação entre autoria, identidade e biografia.

⁴⁴ **Contato para Shows.** (Bola Music). Disponível em: www.bolamusic.com.br/hotsites/index.php?id_banda=25. Acesso em: 12 ago. 2012.

⁴⁵ Na contracapa do CD que tive acesso, de 2004, não constava o nome da gravadora. Entendo que o mesmo tenha sido feito de modo independente pela BDN. Como a canção foi gravada em 2004, foi composta neste ano ou anteriormente.

⁴⁶ Como se percebe, a capa é a representação do apóstolo Rina, e de outros pastores ou líderes da BDN, com um microfone e a Bíblia em cada uma das mãos e à frente, o marcador principal da identidade religiosa de uma “igreja de surfistas”, a “prancha-púlpito”. Ao alto, à direita, o logotipo arredondado remete a uma bola de neve, seguido do anglicismo *Church* e do slogan *In Jesus we Trust*, ou *em Jesus nós cremos*, lembrando as cédulas de dólares: *In God we Trust*.

⁴⁷ À esquerda está Denise Seixas, ao centro Zeider Pires (Planta e Raíz) e à direita, Rodolfo Abrantes (ex-Raimundos).

Como Seixas relata em seu “mito pessoal de origem” (CHAUÍ, 2000, p. 35), envolveu-se com drogas até tentar o suicídio por três vezes e posteriormente sofrer uma overdose, sendo reabilitada através da Ebenézer, obra de assistência social de Praia Grande, São Paulo, onde a mesma morava.⁴⁸

Com a criação da Bola Music, selo musical responsável pela produção e distribuição de álbuns da BDN, o CD foi relançado, tendo a canção “Eu e minha casa” incluída.⁴⁹ Nas informações de contracapa do mesmo não constam os nomes dos integrantes do conjunto. Como observei, a formação do conjunto em shows/louvores é relativamente móvel, com exceção da pastora/compositora/cantora, membro permanente.⁵⁰ Na página do mesmo no MySpace, os únicos músicos relacionados o álbum são os cantores Denise Seixas, Catalau, David Fantazzini e Zeider Pires.⁵¹ Catalau é ex-vocalista da banda de hard rock paulistana Golpe de Estado, pastor da BDN Boiçucanga e colunista do periódico *Crista*,⁵² Pires é cantor do conjunto de reggae Planta e Raiz⁵³ e Fantazzini, ex-participante do programa *Fama*, da TV Globo, é ex-pastor da BDN Sorocaba.⁵⁴

Outros cantores seculares fazem parte do *cast* da Bola Music e são líderes da

48 **Biografia de Denise Seixas.** Disponível em: <www.letras.com.br/biografia/banda-ruths>. Acesso em: 20 nov. 2009. **Pastora Denise Seixas - Testemunho.** Disponível em: <<http://www.guiame.com.br/noticias/gospel/testemunhos/pastora-denise-seixas-da-igreja-bola-de-neve-testemunho.html>>. Acesso em: 10 ago. 2010.

49A primeira canção do álbum *Louvor e Adoração* (primeiro álbum da Tribo de Louvor) é *Caia Babilônia*, seguida de *Manhã de Sol*, cuja letra remete à sensação que tem o surfista ao praticar seu esporte (é comum na BDN a comparação entre mergulhar no mar e mergulhar no Espírito ou na Palavra de Deus). As demais são: *Foi por Amor*, *I Coríntios 13*, *Estar nos Teus Caminhos*, *Não Temerei* (canção de Batalha Espiritual), *Corpo e Família*, *Eu e Minha Casa*, *Luz do Mundo*, *Verdadeiro Adorador*, *Fonte de Água Viva*, *Andar com Deus* e *Espírito de Deus*.

50 No release sobre a Tribo de Louvor, são relacionados alguns músicos: Ana Toledo, Aninha, Fernanda, Daniela Veloso e Tina Santana nos vocais, Kiko e Lucas no baixo, Lísias e González na guitarra e violão base, Jean e Ball na guitarra solo, Pitita na bateria, André nos teclados. **Release da Tribo de Louvor** (Bola Music). Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portug_ues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

51 **Biografia da Tribo de Louvor.** Disponível em: <www.myspace.com/tribodelouvor>. Acesso em: 12 ago. 2012.

52 A BDN Boiçucanga foi a primeira unidade da BDN fora da capital paulista. **Bola de Neve Boiçucanga.** Disponível em: <<http://boladeneveboiucanga.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 12 ago. 2012.

Coluna do pastor Catalau. Disponível em: <<http://revistas.boladeneve.com/Main.php?MagID=6&MagNo=5>>. Acesso em: 12 ago. 2012. O testemunho de Catalau é contado em seu site. Catalau. Disponível em: <www.catalau.com/>. Acesso em: 12 ago. 2012.

1) **53** Pires participa do CD cantando *Luz do Mundo*. O testemunho do mesmo se encontra em: Entrevista com Zeider Pires. Disponível em: <<http://www.fotolog.com.br/jahbless/23136791/>>. Acesso em: 12 ago. 2012.

54 Neste CD, Fantazzini canta *Fonte de Água Viva*, de Ademar de Campos. Atualmente o mesmo lidera ministério com seu nome. **David Fantazzini.** Disponível em: <www.davidfantazzini.com/>. Acesso em: 12 ago. 2012. O último trabalho fonográfico de Fantazzini chama-se “Minhas canções”, com composições do missionário RR Soares, da Internacional da Graça de Deus. **David Fantazzini lança CD em Sorocaba.** Disponível em: <www.boladeneve.com/noticias/boladeneve/david-fantazzini-lanca-cd-em-sorocaba>. Acesso em: 12 ago. 2012.

BDN, como Nengo Vieira e Rodolfo Abrantes. Vieira é atualmente missionário da BDN Santos e Abrantes, ex-líder dos Raimundos, missionário da BDN Balneário Camboriú.⁵⁵ A Bola Music produz outros conjuntos, como o Ruth's, também liderado por Denise Seixas e formado por mulheres, e distribui trabalhos de outros artistas, como Dominic Balli e Christafari. O selo foi criado para atender as demandas dos fãs-fieis após o lançamento da primeira versão de Louvor e Adoração - volume 1:

o Bola Music foi lançado em 2006 após a grande demanda do álbum “Tribo de Louvor – Volume I”, que superou as expectativas e impulsionou a criação da gravadora própria, para que mais músicos tivessem a oportunidade de gravar suas músicas.⁵⁶

O título do CD, Louvor e Adoração - volume 1, foi substituído informalmente por parte dos fãs-fieis por Tribo de Louvor. Talvez isto tenha ocorrido pois Louvor e Adoração é um título encontrado em trabalhos gospel de muitos artistas e não tem a potência conferida pelo nome do conjunto. Como se vê acima, a própria Bola Music, ao divulgar o CD, o chama pelo nome como é mais conhecido. “Ato-falho” ou não, ao chamá-lo assim, o faz mais vendável e reforça a identidade do trabalho e do conjunto.⁵⁷

Ainda que o site da Bola Music refira-se a 2006 como data de criação da Bola Music e do lançamento do álbum, a versão que tenho traz a data de 2005. A página da Tribo de Louvor no MySpace comenta que

o 1º álbum, “Louvor e Adoração”, foi lançado em 2004 para suprir uma demanda dos membros da Igreja Bola de Neve, mas o trabalho ganhou notoriedade e o resultado não poderia ser outro e, em dezembro de 2005, o CD foi relançado, pelo recém-criado selo Bola Music.⁵⁸

Outras datas ainda são referidas. A página do MySpace relata, na descrição que faz de Caia Babilônia, que a data de lançamento do álbum teria sido 9 de junho de 2008, e no release sobre a Tribo de Louvor, o site da Bola Music traz como data de lançamento do álbum o ano de 2004.⁵⁹

A discografia da Tribo de Louvor é completada com os álbuns *Te Vejo Pai*, de

2) **55 Testemunho de Nengo Vieira.** Disponível em: <www.nengovieira.com/release.html>. Acesso em: 12 ago. 2012. **Testemunho de Rodolfo Abrantes.** Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=pGriBtRyWPY>. Acesso em: 12 ago. 2012.

56 Bola Music. Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

57 Até o momento, não houve uma sequência deste álbum, como Louvor e Adoração - volume 2, talvez porque este nome não tenha feito muito sucesso.

58 Biografia da Tribo de Louvor. Disponível em: <www.myspace.com/tribodelouvor>. Acesso em: 12 ago. 2012.

59 Idem e **Release da Tribo de Louvor** (Bola Music). Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

2006,⁶⁰ *O Maior Amor*, lançado em CD/DVD em 2009, gravado em 2008 no Citibank Hall, casa de shows em Moema, bairro nobre de São Paulo – apontando para a teologia do domínio espiritual, onde se procura conquistar terrenos seculares “para Jesus”,⁶¹ e o DVD *Face a Face*, previsto para ser lançado durante a Expo Cristã 2012, no Anhembi, em São Paulo.⁶² A Bola Music tem também um selo apropriado a produzir e/ou lançar conjuntos novos e “alternativos”, o Altern8.⁶³

Autoria e produção da canção se associam a suportes de circulação, as *media*, entendidas como suporte físico (CD, DVD) e como meio de difusão (rádio, tevê, internet). Caia Babilônia é veiculada, por exemplo, através de sua rádio online, a Bola Radio, referida como a “web radio mais ouvida do país”⁶⁴, dividida nos canais Extreme, Worship e Español, seu programa de tevê midiático por canal aberto e ciberespaço, a Bola TV. CDs e DVDs com a canção são encontrados em sites e lojas seculares e evangélicas. Dentre estas, o Shopping da Bola e a Lojinha da Bola, ponto virtual e físico de distribuição comercial da BDN. A Lojinha fica próximo ao hall de entrada, em geral próximo da Cantina da Bola – no caso da BDN Floripa, também em companhia do Sushi Bar da Bola.⁶⁵

Autoria, produção e divulgação da canção tem um objetivo principal: criar e atender as expectativas dos receptores, os fãs-fieis. Caia Babilônia é uma das maneiras

⁶⁰ Este álbum recebeu participações de Zeider Pires na canção Salmo 91 e de Nengo Vieira em Deus de Abraão.

⁶¹ Já a partir da década de 1990, como estratégia de midiática da *Gospel Records*, a Renascer (como outras firmas neopentecostais) promoveu espetáculos de artistas em casas de *shows* e outros ambientes seculares, lotando, segundo Sandro Baggio, “espaços como o Canecão do Rio de Janeiro e o Dama Xoc em São Paulo”, alcançando grande sucesso em seus objetivos. (BAGGIO, 2005, p. 63). Muitas agências evangélicas compraram espaços que foram teatros, cinemas e casas de shows. A BDN mesmo tem atualmente como sede o Olympia, antiga casa de shows paulistana. A teologia do domínio se associa a outras, como a da prosperidade e a da batalha espiritual, por exemplo.

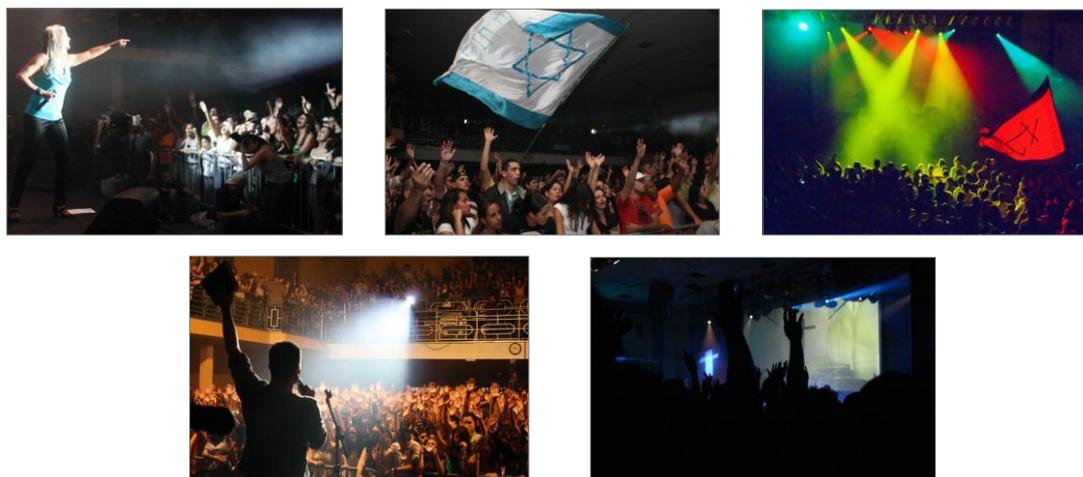
⁶² A Expo Cristã será realizada entre 25 e 30 de setembro de 2012. Este trabalho contou com a presença de Ana Paula Valadão, Antônio Cirilo, Catalau, Heloísa Rosa, Juliano Son, Nengo Vieira, Rodolfo Abrantes, Thalles Roberto e Zeider Pires. *Face a Face*. Disponível em: <www.boladeneve.com/audio>. Acesso em: 12 ago. 2012.

⁶³ Dentre estes, destacam-se Reobote Zion, de reggae, Banca D’K, de rap, e PDR, que mistura indie, pop punk e rock alternativo. Altern8. Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/sessoes_portal/materia/pg_Materia.php?id_Materia=15>. Acesso em: 12 ago. 2012.

⁶⁴ **Bola Music**. Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

⁶⁵ **Lojinha da Bola**. Disponível em: <www.boladeneve.com/ministerios/lojinha>. Acesso em: 12 ago. 2012. A canção associa-se ainda aos ministérios de Áudio e Vídeo, responsável “pela gravação dos cultos, palestras e congressos que ocorrem na Igreja Bola de Neve e pela venda de CD’s e DVD’s de pregação” (**Ministérios. Bola de Neve Church**. Disponível em: <www.boladenevechurch.com.br/index2.php?secao=ministerios>. Acesso em: 20 nov. 2009) de Dança, e de Louvor e Adoração, onde o fiel é “quebrantado e o Espírito Santo de Deus se move trazendo cura, libertação, perdão, restauração, salvação e prepara para receber a palavra” (Idem), sinalizando para a canção como sensibilizadora e indutora de sentidos (*prepara para receber a palavra*), criando condições emocionais favoráveis à escuta da pregação do líder, que estimula o fiel a passar na Lojinha ou acessar o Shopping da Bola.

como a BDN contempla a maior parte de seu público, sequioso pela teologia da batalha espiritual. Entretanto, as canções do conjunto não objetivam apenas os públicos segmentados da BDN:66 “o trabalho da Tribo de Louvor está longe de ficar limitado aos membros da própria Igreja e ao mundo ‘Gospel’”.67 Para Rina, as canções da sua agência devem conquistar o país: “são produtos que hoje estão sendo colocados à disposição da nossa nação através deste selo que acabou tendo que ser organizado para suprir uma demanda, por que hoje o Brasil precisa de algo novo.” 68 Mais que isto, sua Bola Music objetiva o *mundo* (em sentido figurado, como o que está *fora da igreja*, e em sentido literal, relacionado ao planeta: “A principal meta do Bola Music é glorificar a Deus, dentre as demais podemos citar: romper barreiras com o mercado secular, visando evangelismo (...) e mostrar ao mundo um pouco do que Deus está fazendo no Brasil”.69



Público em show/louvor de Denise Seixas e Tribo de Louvor, com pregação de Rina.

Fotos (Bola Music). Disponível em: <www.bolamusic.com.br/hotsites/index.php?id_banda=25>. Acesso em: 12 ago. 2012.

O gospel reggae, como gênero poético-musical70 que reveste Caia Babilônia,

66 Chamo de *públicos segmentados*, no plural, pois o nicho mercadológico formado inicialmente por surfistas, skatistas, fãs de rock e reggae ampliou bastante, e diferentes unidades podem ter públicos distintos. A sede da BDN Floripa, por exemplo, têm como segmento principal, atualmente, os alunos da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Ao mesmo tempo, alguns núcleos e células da cidade ainda têm esportistas como nicho principal.

67 **Biografia da Tribo de Louvor**. Disponível em: <www.myspace.com/tribodelouvor>. Acesso em: 17 ago. 2012.

68 **Bola Music**. Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

69 **Bola Music**. Disponível em: <www.bolamusic.com.br/Portal_Portugues/Index.php>. Acesso em: 17 ago. 2012.

70 O reggae surgiu na Jamaica por volta de 1960, apoiado em “concepções político-ideológicas da religião rastafari. As condições sociais e econômicas dos grupos sociais afrodescendentes da ilha caribenha propiciaram o surgimento de um sistema simbólico constituído nas relações de transcendência e inter-relação entre as dimensões política, religiosa e artística, que se traduzia na construção de uma identidade

associa-se diretamente com parte do público desta agência, constituído por “jovens” esportistas que moram ou frequentam o litoral e “curtem este som”. Como faz parte do arcabouço cultural de muitos fiéis, serve como *capital simbólico*, oferecendo *eficácia performativa* às pregações da agência.⁷¹ Além das performances, silêncios e contextos, outras instâncias de análise podem ajudar na compreensão de canções religiosas, como a música.

Os sentidos dos sons

Irmãs harmoniosas nascidas nas esferas, Voz e Poesia
Casem seus sons divinos, e empreguem seu poder conjugado...
Ele chora a perda daquela harmonia primeira, e anseia por recuperá-la
Para que nós, na Terra, em vozes concordantes,
Possamos responder com justeza àquele ruído melodioso (da música celeste).
Como outrora fizemos, ate que o pecado imenso
Vibrou contra os sons da natureza e com barulho severo
Rompeu a bela música que todas as criaturas faziam
Para seu grande Senhor, cujo amor as punha para dançar
Em perfeito diapasão, enquanto postavam-se
Em total obediência (...)
(MILTON, “Par abençoado de sereias...voz e verso, At a solemn music, apud FINNEGAN, 2008, p. 17)

Letra e voz performatizadas sinalizam para os “ruídos melódicos”. A essência da canção é ser *polifônica*: nela coexistem sonoridades que estimulam múltiplas interpretações. Melodias induzem significados e sensações, alteram percepções e sentidos, mexem com os sentidos de exatidão e obliteram o discernimento.⁷²

Para a análise musical de Caia Babilônia, me utilizo do *itálico*, assinalando as tônicas da poética da canção. Onde há o uso de melismas (prolongamentos vocais ao final das palavras ou frases), uso como recurso a repetição da última letra.

política e cultural para os estratos sociais menos abastados, considerados ‘outsiders’” (BRASIL, 2009, p. 1). Estes grupos *outsider* eram formados pelos “rastafarianos”, indivíduos de “grande espiritualidade que tocavam tambores tribais, consumiam ‘ganja’ e viviam na zona rural da Jamaica” (BRASIL, 2009, p. 1), indicando este gênero como nascido da relação entre espiritualidade e música.

⁷¹ Bourdieu lembrou que o “efeito de conhecimento” depende do reconhecimento e da crença que lhe atribuem os membros do grupo e das propriedades “econômicas ou culturais por eles partilhadas, sendo que a relação entre essas mesmas propriedades somente pode ser evidenciada em função de um princípio determinado de pertinência.” (BOURDIEU, 1996, p.111). Bourdieu notou que as relações “entre a demanda religiosa (os interesses religiosos dos diferentes grupos ou classes de leigos) e a oferta religiosa (os serviços religiosos)” podia determinar o capital religioso de uma igreja, compelindo-a a produzir e a oferecer em virtude de sua posição na estrutura das relações de força religiosas (em função de seu capital religioso). (BOURDIEU, 1992, p.57).

⁷² A obliteração da razão e a indução às emoções não constitui prerrogativa da música. Poética, performance e silêncio também podem possuir tais capacidades.

A canção se inicia com duas guitarras concomitantes, uma solando e a outra executando a base das notas, acompanhadas por bateria e percussão e a voz de Denise Seixas. A primeira estrofe é iniciada de modo suave, seguida de guitarra-base e percussão:

Os homens fazem a *guerraaa*
Depois tratam da *paaz*
O que eles não percebem
É que o ontem já foi
E o amanhã - nem chego-o-o-ou
Por isso hoje *viva* e deixe *vive-he-he-er*
Vença a guerra dentro de você-e-e-e
Deixe o amor de Deus
Te ensinar a vive-er

A seguir, Seixas canta: “Tchu-tchu-tchu-tchu-ru, tchuru-tchuru-tchu, tchu-tchu-tchu-ru, tchuru-tchuru-tchu-u. Hm, dê-du-dê-ê, a-á-a-á-a”, e inicia a segunda estrofe, aconselhando:

Peça ao Senhor chuva de primavera
Pois o Senhor é quem faz o *trovão*
E manda *chuva* pra *plantação...*
É Ele que dá: o fruto da terra ao homem
Pra que ele se alegre... com sua *provisãããã*

Através de novo *riff* de guitarra, prossegue:

Deus criou a terra, criou o mar
Pra que dela... eu possa cuidar
Pra que eu possa cuida-a-a-har
Será que isso irmão, não é suficiente
Pra você entender
que não tem o porquê
De adorar a criatura
Ao invés... do Criador?

Após breve pausa, prossegue exortando:

Por isso hoje *ouça* o chamado de De-e-e-eus
Ele lhe chama de filho se-e-e-e-eu
Guerreiros da Babilônia
Instrumentos do seu amooooor...

Em seguida, começa o refrão, acompanhado de acordes semelhantes aos do início da canção. Ele será repetido por quatro vezes: “Caia Babilônia, caia Babilônia-a-a-a. A-a-a, a-aaah...” Entoando o refrão, o fã-fiel é remetido às imagens fornecidas pela letra e induzido a movimentar-se, mimetizando a apresentação da cantora-pastora. A importância da repetição do refrão está em estimular e reforçar elementos da memória,

armazenando a canção na mesma, e dando maior eficácia performativa ao discurso poético. O refrão recebe, na sequência, um solo curto de guitarra, que embasa Seixas clamando:

Guerreiros da Babilônia
Instrumentos do seu amo-or

A partir daqui, o conjunto retorna ao refrão, acompanhado pelos acordes iniciais: *Caia Babilônia, caia Babilônia-a-a-a. A-a-a, a-aaah...* A repetição do refrão reforça o estímulo à participação do fiel e a sua adesão à mensagem. Em seguida, o conjunto finaliza a canção.

Napolitano classifica os parâmetros musicais em *arranjo* (emprego e função dos instrumentos e tipo de acompanhamento), *andamento* (rápido ou lento), *melodia* (onde se expressa a emoção empregada ou abstraída), *vocalização* (interpretação vocal), *intertextualidade musical* (interlocução com outros gêneros, canções ou artistas), *gênero musical* (entendido erroneamente como ritmo) e *efeitos eletro-acústicos ou tratamento técnico de estúdio* (tratamento de timbres, texturas, balanceamento dos parâmetros). (NAPOLITANO, 2002, p. 98).

Em relação ao *arranjo*, tipo de acompanhamento onde identificam-se “os instrumentos predominantes (timbres), função dos instrumentos no “clima” geral da canção” (NAPOLITANO, 2002, p.98), percebe-se o uso de voz principal, secundárias (*backing vocals*) no refrão e repetições, baixo, duas guitarras, uma solo e outra base, percussão e bateria. O teclado é utilizado nas apresentações ao vivo, mas não identifiquei com clareza na reprodução original. Todo esse acompanhamento tem como função *criar um clima* que atinja as emoções do fiel, e tais instrumentos são vistos como dotados de alguma sacralidade, à medida que porta-vozes supostamente próximos a Deus se utilizam deles.

Associa-se ao *arranjo* o *andamento* musical, que pode ser rápido ou lento, e que no caso, é de temporalidade mediana, com maior densidade emocional no refrão; e a *melodia*, expressão ou curva sonora, ou os “pontos de tensão/repouso melódico; “clima” predominante (alegre, triste, exortativo, etc.) e a identificação dos intervalos e alturas que formam o desenho melódico.” (Idem, 2002, p.98). A melodia pode ser associada ao que Luiz Tatit chama de *gestualidade oral*, onde “no mundo dos cancionistas não importa tanto o que é dito, mas a maneira de dizer, e a maneira é essencialmente melódica.” (TATIT, 1996, p. 9). Em *Caia Babilônia*, o *rastro melódico* cria um estado emocional onde palavras de ordem são lançadas, identificando a movimentação entre

tensão e repouso, finalizando em tensão. A melodia possibilita a construção de estados emocionais diversos, onde autor, *performer*, pregador e fiel podem resignificar tais sentidos, transitando entre a felicidade e a melancolia, por exemplo.

A melodia se associa às performances dos artistas, especialmente a de Seixas. À *performance vocal*, Napolitano chama *vocalização* ou “tipos e efeitos de interpretação vocal.” (NAPOLITANO, 2002, p. 98). Esta inspira parâmetros como a *altura*, que “evidencia a inflexão melódica da frase (ascendência, descendência), o registro vocal (os vários matizes entre o agudo e o grave)” e o timbre, que “permite-nos reconhecer as qualidades da voz (sexo, idade; emissão gutural, anasalada etc.)” (VALENTE, 1999, p. 105), além dos “*modos de ataque* (maneira mais ou menos ligada de emitir o som)”, que possibilitam “perceber a articulação fonética (clareza na pronúncia) e o contorno do fraseado, sob o aspecto da textura”, a *intensidade*, que “controla as gradações de energia de emissão vocal, do sussurro ao grito”, a *duração*, que “estabelece a maior ou menor brevidade na emissão do fonema, no âmbito da palavra; da palavra, no âmbito da frase”. (Idem, 1999, p. 105).⁷³

O *timbre* vocal é de uma mulher adulta, cujo *registro* aproxima-se ao de uma contralto (voz mais grave dentro do espectro de vozes femininas), com articulação fonética que denuncia clareza na pronúncia, associada à boa emissão vocal. Na *vocalização* se identifica o uso de técnicas vocais como o uso de *melismas* ou prolongamentos vocais, percebidos quando Seixas entoia: *caia Babilônia-a-a-a. A-a-a, a-aaah*.

Outros parâmetros de análise são a *figurativização* e a *tematização*, sugeridas por Tatit. Na *figurativização* são sugeridos ao ouvinte “cenas (ou figuras) enunciativas” que dependem da identificação de *tonemas* na melodia (TATIT, 1996, p. 21) que, seriam, para Valente, “traços entoativos localizáveis em determinados pontos do discurso” e que se associam a condições emocionais do intérprete e da canção, como “a afirmação, a resignação e a constatação”, implicando “no movimento melódico descendente, enquanto contentamento, exclamação e surpresa determinam o movimento melódico ascendente.” (VALENTE, 1999, p. 106).

A *figurativização* em *Caia Babilônia* ocorre quando Seixas induz os fiéis a imaginarem a cena da queda dos muros da Babilônia, e o uso de *tonemas*, na sustentação

⁷³ Outro parâmetro proposto por Napolitano é a ocorrência de *intertextualidade musical*, ou a “citação incidental de partes de outras obras ou gêneros musicais” (NAPOLITANO, 2002, p. 99). Por ser uma canção cujo *gênero musical* é o *reggae*, é provável que haja a incidência de *intertextualidade musical*, mas não consegui identificá-la.

ao final dos versos *o chamado de De-e-e-eus* (com leve ascendência na altura da voz); *Ele lhe chama de filho se-e-e-e-eu*; e *Instrumentos do seu amooooor* (estes trechos identificam a variação entre ascendente e descendente, indicando a intercalação entre estados emocionais como afirmação e constatação, típicas, segundo Valente, do movimento melódico descendente) e o contentamento e exclamação (identificados no movimento melódico ascendente).

Já na *tematização* haveria uma aceleração do ritmo, com a tendência a um menor desenvolvimento da melodia, sendo que as canções temáticas são mais permeadas por um sentimento de plenitude e aproximação do sujeito com o objeto desejado. (TATIT, 1996, p. 23). Em Caia Babilônia a tematização é percebida no andamento constante, melodia reiterativa e estímulo à marcação do tempo através dos pés ou braços, por exemplo. Estes últimos também se movimentam como se forçassem os muros da Babilônia para baixo; apresentando a música.

Fractais de palavras: poética em Caia Babilônia

Não basta ouvir o canto dos pássaros, deve-se entender a letra também.
Francisco de Assis

Assim como a música é polifônica, a poética da canção tem um sentido *fragmentado e polissêmico*, dada a variedade de interpretações e significados suscitados. Ao falar sobre a *análise interna* da canção, Moraes refere que a palavra cantada concede “caminhos e indícios importantes para compreender não somente a canção, mas também parte da realidade que gira em torno dela” (MORAES, 2000, p.215), e Oliveira contempla que “a palavra escrita veio a constituir-se também enquanto suporte, ancoradouro, da palavra falada”, sendo “quase impossível afirmar quando uma forma de discurso, linguagem ou narrativa sobrepõem-se a outra.” (OLIVEIRA, 2008, p. 68). Napolitano aponta para *parâmetros poéticos* como mote, desenvolvimento, forma, intertextualidade lírica, gêneros literários e figuras de linguagem. (NAPOLITANO, 2002, p. 98). O *mote* de Caia Babilônia, ou seu tema geral, é a batalha entre o bem e o mal, entre o sacro e o profano (como contemplo mais adiante).

A *forma* da canção, com o uso de rimas e formas poéticas, acompanha a identificação do “*eu poético* e seus possíveis interlocutores (‘quem’ fala através da ‘letra’ e ‘para quem’ fala).” (Idem, 2002, p. 98.) Este eu poético é intercalado em 1ª pessoa do singular, quando Seixas *fala de si mesma* e 2ª pessoa do singular, quando exorta o fã-fiel à ação. O *eu poético* na primeira pessoa, identificado na “*prega-show*” de Seixas, se

reveste supostamente dos poderes de Deus, tornando-a voz qualificada a falar em nome dEle. Como lembrou Bourdieu,

As condições a serem preenchidas para que um enunciado performativo tenha êxito se reduzem à adequação do locutor (ou melhor, da sua função social), e do discurso que ele pronuncia. Um enunciado performativo está condenado ao fracasso quando pronunciado por alguém que não disponha do “poder” de pronunciar-lo ou, de maneira mais geral, todas as vezes que “pessoas ou circunstâncias particulares” não sejam “as mais indicadas para que se possa invocar o procedimento em questão”, ou em suma, sempre que o locutor não tem autoridade para emitir as palavras que enuncia. (BOURDIEU, 1996, p. 89).

Assim, por ser cantora, compositora e líder da Tribo de Louvor, líder do ministério nacional de Louvor e Adoração da BDN e esposa do apóstolo-fundador, Seixas tem função social adequada a falar em nome dEle, o que ajuda a dotar seu discurso de eficácia performativa. O poder simbólico de sua fala está assim na delegação dada pela instituição e pelos próprios fiéis, que a corroboram.

Já o “eu poético” que exorta o fiel à ação, tem como função dotar o fiel de poder para interceder, superar batalhas, conquistar territórios espirituais. Ao cantar, o fiel acompanha a voz da líder e compartilha com ela da comunicação com o divino, passando de “receptor a agente”.

Há uma espécie de delegação recíproca: Seixas recebe da BDN e do fiel a autorização para representá-los, e o fiel se perceber capacitado a guerrear espiritualmente através da possibilidade de cantar com a pastora-general. Seixas delega, portanto, ao crente que a escuta, o poder de exortar e enunciar palavras de ordem, tornando-o, ainda que por momentos, porta-voz qualificado a expressar-se em nome da agência religiosa e supostamente de Deus. Esta autorização só se realiza porque Seixas tem o poder de autorizar, como observa Bourdieu:

A eficácia do discurso performativo que pretende fazer acontecer o que enuncia no próprio ato de enunciar-lo é proporcional à autoridade daquele que o enuncia: a fórmula “eu o autorizo a partir” constitui *eo ipso* uma autorização quando aquele que a pronuncia está autorizado a autorizar, tem autoridade para autorizar. (Ibidem, 1996, p.111).

A eficácia ocorre pois Caia Babilônia é executada também através do ciberespaço, das reuniões semanais, cultos e reuniões celulares (ou caseiras), ultrapassando a reprodução fonográfica e as “prega-shows”.

Outro ponto de destaque é a intertextualidade literária, citação de outros textos na

poética. No caso da canção gospel, graças à temática que se ampara (supostamente) na Bíblia, isto é comum. A apropriação de trechos da mesma na composição tem como objetivo a adesão à mensagem religiosa, tendo sua eficácia performativa fundada nos efeitos de conhecimento anterior do fiel. Para Finnegan,

Porque ouvintes e intérpretes já experimentaram a canção em outras ocasiões, ou leram-na em sua forma textual, cantaram-na eles próprios, conhecem-na auditiva ou visualmente, ou, pelo menos, tem alguma familiaridade com as características de seu gênero, podem identificar uma performance musical e verbalmente caracterizada como algo familiar e compreensível. (FINNEGAN, 2008, 36.)

Caia Babilônia, ao aludir à Bíblia, parafraseando as palavras atribuídas ao profeta Daniel, adquire um dispositivo que a qualifica positivamente junto ao seu público-alvo. Aproximando-se do capital cultural do ouvinte, a BDN responde às suas demandas por um discurso fundamentalista, embasado nas teologias da prosperidade, da saúde perfeita e do domínio, e em Caia Babilônia, com sua *batalha espiritual*, expressa em expressões como “vença a guerra dentro de você, guerreiros da Babilônia e caia Babilônia”.

É importante atentar a figuras de linguagem e gêneros literários, onde tropos linguísticos como alegoria, metáfora, metonímia, paródia e paráfrase, podem se associar a gêneros como a alegoria, o romance e o drama. O gênero poético é o evangélico ou *gospel*, e o uso da paráfrase como figura de linguagem aparece. A paráfrase, para Sant’Anna, seria uma forma de recurso que corroboraria outro discurso. (SANT’ANNA, 1985, p. 26). Isto ocorre pois a canção gospel costuma se fundamentar na narrativa dos Evangelhos para ratificar seu dizer. Além disto, a canção evangélica se ampara no discurso bíblico como dispositivo de autoridade e reconhecimento, identificando-se como objeto autorizado e sacralizado, e sacralizador, visto que o artista que a performatiza é voz autorizada a fazê-lo (em nome suposto de Deus) e pode autorizar e tornar sacra a voz do fiel que o acompanha.

Procedendo a uma breve exegese de *Caia Babilônia*, verso por verso, sinalizo para o desenvolvimento da canção, onde se identifica, dentre outras coisas, quais imagens poéticas são utilizadas:

Os homens fazem a guerra
Depois tratam da paz
O que eles não percebem
É que o ontem já foi
E o amanhã nem chegou
Por isso hoje viva e deixe viver

Vença a guerra dentro de você
Deixe o amor de Deus
Te ensinar a viver

No primeiro verso identifico a paz como alternativa à guerra (os homens fazem a guerra, depois tratam da paz), bem como a tentativa de associar a guerra a situações do passado e futuro, onde o ontem é sugerido como lugar negativo, recheado de rancores e revanchismos, e o amanhã, como espaço da ambição e conquista.

O tema da canção surge, a diferença entre o secular (ou profano), que causa a guerra, inclusive no interior das pessoas; e o sagrado, representado através do amor de Deus, que as ensinaria a viver. Em sentido similar, Bourdieu apontou para a divergência entre sacro e profano:

A oposição entre os detentores do monopólio da gestão do sagrado e os leigos, objetivamente definidos como profanos, no duplo sentido de ignorantes da religião e de estranhos ao sagrado e ao corpo de administradores do sagrado, constitui a base do princípio da oposição entre o *sagrado* e o *profano*. (BOURDIEU, 1992, p. 43).

Entendendo-se que, de modo geral, a maior parte do público da Tribo de Louvor é formada por membros da BDN, ocorre que “a crença de todos, preexistente no ritual, é a condição de eficácia do ritual”, onde segundo Bourdieu, “prega-se aos convertidos”, (BOURDIEU, 1996, p. 105) o que criaria uma espécie de fronteira mágica entre os que fazem parte da agência e os de fora, o que consiste, segundo o mesmo, “em impedir que os que se encontram dentro, do lado bom da linha, de saírem da linha, de se desclassificarem”, desencorajando o fiel da “tentação da passagem, da transgressão, da deserção, da demissão” (Idem, 1996, p. 102), ou neste caso, de adotar a perspectiva do mundo ao invés da perspectiva da igreja.

A partir do próximo ponto da canção Seixas pede que se viva e deixe viver, talvez em contraponto ao conhecido *live and let die* (viva e deixe morrer) proposto por Paul McCartney na canção homônima, e que provavelmente se associaria a um sentimento de individualismo, talvez reflexo do momento em que o *beatle* escreveu a canção (e do momento atual também). Ao pedir por isso hoje viva e deixe viver percebe-se um presentismo, reflexo (tal como o *live and let die* de McCartney) dos tempos em que vivemos, onde as relações sociais se pautam pela presentificação, consequência de uma fugacidade e superficialidade (talvez outro inimigo a se combater) típica do estágio de modernidade em que vivemos, a qual Bauman refere como modernidade líquida:

Ser moderno hoje em dia: ser incapaz de parar e ainda menos de ficar parado. Nos movemos não tanto pelo “adiamento da satisfação”, como sugeriu Max Weber, mas por causa da impossibilidade de atingir a satisfação: o horizonte da satisfação, a linha de chegada do esforço e o momento da auto-congratulação tranqüila movem-se rápido demais. A consumação está sempre no futuro, e os objetivos perdem sua atração e potencial de satisfação no momento de sua realização, se não antes. (BAUMAN, 2001, p. 37-38).

Em relação à fugacidade de nossos tempos, Huyssen comenta que o passado é usado hoje como estratégia de suporte psicológico e emocional em relação aos dias fugidios que vivemos, onde “o enfoque sobre a memória é energizado subliminarmente pelo desejo de nos ancorar em um mundo caracterizado por uma crescente instabilidade do tempo e pelo fraturamento do espaço vivido” (HUYSSSEN, 2000, p. 20), exemplificando com uma obsessão pela “re-representação, repetição, replicação e com a cultura da cópia, com ou sem o original.” (Idem, 2000, p. 24).

Esta espécie de passado presente é identificável nas agências evangélicas de características pentecostais e neopentecostais em muitas situações, como no uso de expressões antigas na poética das canções, o que não é tão perceptível no repertório dos artistas da BDN graças à coloquialidade de seu discurso que visa um público ‘jovem’.

Seixas parece identificar que os problemas que se vive no mundo advém do interior do indivíduo: vença a guerra dentro de você, apontando para o contexto de batalha espiritual. E completa o sentido entoando: deixe o amor de Deus te ensinar a viver. Prossegue:

Peça ao Senhor chuva de primavera
Pois o Senhor é quem faz o trovão
E manda chuva pra plantação
É Ele que dá o fruto da terra ao homem
Pra que ele se alegre com sua provisão

Remetendo à expressão aquele que pede, recebe, atribuída a Jesus, Seixas sugere que o fã/fiel solicite a Deus chuva de primavera e a provisão necessária para o seu sustento. Assim, Deus é representado como signo de providência (manda chuva pra plantação, dá o fruto da terra ao homem, prá que ele se alegre com sua provisão) e de força e potência (pois o Senhor é quem faz o trovão). Continua:

Deus criou a terra, criou o mar
Pra que dela eu possa cuidar
Pra que eu possa cuidar
Será que isso irmão, não é suficiente
Pra você entender

que não tem o porquê
De adorar a criatura
Ao invés do Criador?

Nos versos seguintes a cantora identifica um Deus Criador (Deus criou a terra, criou o mar), parafraseando Gênesis 1.1 (no princípio criou Deus os céus e a terra), onde ao substituir os céus pelo mar, adapta o texto para o contexto de uma 'igreja de surfistas', estabelecendo relação entre si mesma e Deus, definindo-se como mantenedora da natureza (Deus criou a terra, criou o mar; prá que dela eu possa cuidar). Ao colocar-se na primeira pessoa, Seixas estabelece com o ouvinte espécie de relação mimética: este, ao acompanhar os versos, coloca-se como emissor momentâneo do discurso. Em seguida comenta sobre a necessidade de se prestar reverência a Deus e não às pessoas: será que isso irmão, não é suficiente pra você entender que não tem o porquê de adorar a criatura ao invés do Criador? E prossegue:

Por isso hoje ouça o chamado de Deus
Ele lhe chama de filho seu
Guerreiros da Babilônia
Instrumentos do seu amor

A cantora sugere que se escute hoje o chamado de Deus, incentivando os guerreiros da Babilônia a serem instrumentos do amor dEle. Talvez aqui possa haver uma contradição léxica já que a expressão guerreiros **da** Babilônia parece identificar não os que são contrários a esta, mas sim a favor. Talvez ao invés de “guerreiros da Babilônia” ela devesse ter denominado guerreiros contra a Babilônia, ainda que isto afrontasse a métrica e a liberdade poética da canção.

A expressão guerreiros da Babilônia identifica a batalha entre bem e mal e entre sacro e profano representada pela teologia da batalha espiritual, onde o crente é estimulado a guerrear através da oração e intercessão e dos cânticos religiosos. A pregadora conclui a canção com o refrão caia Babilônia, caia Babilônia. Mas afinal, o que Seixas e os evangélicos em geral entendem por Babilônia e o que significa declarar sua queda?

De acordo com o registro contido no livro de *Daniel*, a Babilônia teria sido um reino governado por Nabucodonosor e seu filho Baltazar (em algumas traduções, Belsazar ou Beltesazar). Segundo a narrativa, Daniel, um ministro judeu, teria profetizado a queda da Babilônia após o episódio da inscrição divina na parede:

Daniel 5. 23: tu te levantaste contra o Senhor do Céu, tu mandaste

buscar as taças do seu Templo e tu, teus dignatários, tuas concubinas e tuas cantoras nelas bebestes vinho e entoastes louvores aos deuses de ouro e de prata, de bronze e de ferro, de madeira e de pedra, os quais não vêem, não compreendem; mas o Deus que detém seu respiro entre suas mãos e de quem dependem todos os teus caminhos, tu não o glorificaste!

Daniel 5.24: por isso, foi por ele enviada a extremidade dessa mão e traçada esta inscrição.

Daniel 5.25: a inscrição, assim traçada, é a seguinte: Menê, Menê, Tequel, Parsin.

Daniel 5.26: e esta é a interpretação da coisa: Menê – Deus mediu o teu reino e deu-lhe fim; *Daniel 5.26:* Tequel – tu foste pesado na balança e foste julgado deficiente; 28: Parsin: teu reino foi dividido e entregue aos medos e persas. (BÍBLIA DE JERUSALÉM, 2004, p. 1565).

Como se vê, a chamada para a ira de Deus teria sido a profanação das taças advindas da primeira destruição do Templo de Jerusalém por Baltazar, e sua arrogância. O resultado foi sua deposição através de ataque medo-pérsico: “Nessa mesma noite, Baltazar foi assassinado; e Dario, o medo, tomou o poder, estando já com a idade de sessenta e dois anos.” (Daniel 5.30 e 5.31. BÍBLIA DE JERUSALÉM, 2004, p. 1565). E foi assim que, segundo o discurso do Antigo Testamento caiu a Babilônia.

Já na narrativa neotestamentária, haveria uma espécie de Babilônia resignificada e contemporanizada, representada pelo sistema de governo da época da data de sua escrita, o Império Romano por volta de 80 depois de Cristo, descrita no livro das Revelações (ou Apocalipse).⁷⁴ Ela é vista também como a representação do domínio e opressão de valores secularizados deste império em relação à sociedade religiosa, como uma “Babilônia espiritual”. Segundo a narrativa apocalíptica, a queda da *nova Babilônia* ocorreu assim:

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.1: Depois disso, vi outro Anjo descendo do Céu, tinha grande poder e a terra ficou iluminada com a sua glória,

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.2: ele então gritou com voz poderosa: “Caiu! Caiu Babilônia, a Grande! Tornou-se morada de demônios, Abrigo de todo tipo de espíritos imundos, abrigo de todo tipo de aves impuras e repelentes,

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.3: porque embriagou as nações com o vinho do furor da sua prostituição; com ela se prostituíram os reis da terra, e os mercadores da terra se enriqueceram graças ao seu luxo desenfreado.

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.4: ouvi então outra voz do

⁷⁴ Segundo a Bíblia de Jerusalém, admite-se que este livro, de autoria presumível de um certo João, “tenha sido composto durante o reinado de Domiciano, pelo ano 95; outros, e não sem alguma probabilidade, crêem que pelo menos algumas partes já estariam redigidas desde o tempo de Nero, pouco antes de 70.” (BÍBLIA DE JERUSALÉM, 2004, p. 2140.)

céu que dizia: “Saí dela, ó meu povo, para que não sejais cúmplices dos seus pecados e atingidos pelas suas pragas;

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.5: porque seus pecados se amontoaram até ao céu, e Deus se lembrou das suas iniquidades.

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.6: devolvi-lhe o mesmo que ela pagou, pagai-lhe o dobro, conforme suas obras; no cálice em que ela se misturou misturai para ela o dobro.

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.7: o tanto que ela se concedia em glória e luxo, devolvi-lhe em tormento e luto, porque, em seu coração, dizia: estou sentada como rainha, não sou viúva e nunca experimentarei luto...

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.8: por isso suas pragas virão num só dia: morte, luto e fome, e pelo fogo será devorada, porque o Senhor Deus que a julgou é forte.

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.9: então os reis da terra, que se prostituíam com ela e compartilhavam seu luxo, chorarão e baterão no peito, ao ver a fumaça do seu incêndio.

Apocalipse (ou Livro das Revelações) 18.10: postados à distância, por medo do seu tormento, dirão: “ai, ai, ó grande Babilônia, cidade poderosa, uma hora apenas bastou para o teu julgamento!” (BÍBLIA DE JERUSALÉM, 2004, p. 2160).

Como se vê no capítulo 18, verso segundo, de acordo com o anúncio de um anjo, cairia a “grande Babilônia”: ele então gritou com voz poderosa: “Caiu! Caiu Babilônia, a Grande! Tornou-se morada de demônios, Abrigo de todo tipo de espíritos imundos, abrigo de todo tipo de aves impuras e repelentes, o que é corroborado no verso décimo: postados à distância, por medo do seu tormento, dirão: “ai, ai, ó grande Babilônia, cidade poderosa, uma hora apenas bastou para o teu julgamento! Assim como na Bíblia, entre os evangélicos brasileiros é recorrente chamar de grande prostituta a Babilônia contemporânea, em acordo com o verso terceiro daqui: beberam do vinho da ira da sua prostituição.

Para a cultura rastafari, de onde vem o reggae, Babilônia diz respeito a um “mundo de crime, injustiça, corrupção e violência, no qual só se produz guerra e dor. Na Jamaica, a Babilônia estaria incorporada nas figuras da igreja católica, do governo e da polícia.” (BRASIL, 2009, p. 1). Neste sentido, o contexto da queda da Babilônia, para o reggae, diz respeito à derrubada de um sistema político e econômico, o capitalista, que privilegiaria os mais ricos, e neste caso, também os brancos, e onde se entende que este sistema continuaria escravizando as pessoas como ocorreu (e ainda ocorre) no continente africano.

A Babilônia contemporânea, ou o que se costuma chamar no meio gospel, Babilônia espiritual se associa a valores seculares, chamados de costumes do mundo. Assim, ao menos in suposto, para os evangélicos brasileiros contemporâneos, pedir que

a Babilônia caía, é em alguma instância, um esforço de sectarismo e de tomada de posição em relação ao que lhe é diferente, e costumeiramente demonizado, o mundo lá fora.

Considerações em aberto

Minha intenção foi a de oferecer uma grade de análise e inteligibilidade sobre uma canção religiosa específica, procurando demonstrá-la como referente discursivo e estratégia do marketing de guerrilha santa da BDN, inserida em um contexto de midiaticização e espetacularização da fé. A análise de tal canção apontou para um discurso fundamentado na batalha espiritual como modo de encarar a vida, superar as adversidades *do mundo* e se aproximar do divino.

Sei que se trata de texto introdutório, em processo e inconclusivo, e que há muito a refletir e debater sobre as possibilidades polissêmicas e polifônicas de análise de canções religiosas. Mas espero que este trabalho encoraje outros pesquisadores a aprofundarem novos diálogos.

Referências

- BAGGIO, Sandro. *Música cristã contemporânea*. São Paulo: Vida, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BOURDIEU, P. *A economia das trocas lingüísticas* (o que falar quer dizer). São Paulo: EDUSP, 1996.
- _____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1992.
- BRASIL, Marcus Ramúsy de Almeida. Reggae, Religião, Mídia e Política: Dos “Outsiders” ao “Inner Circle”. In: 5º. Encontro de Música e Mídia: E(st)éticas do Som, 2009, São Paulo. *Anais do Encontro de Música e Mídia: E(st)éticas do Som*. São Paulo: 2009.
- CAMPOS, Leonildo Silveira. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um estabelecimento neopentecostal*. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Leitores, espectadores e internautas*. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CHAUÍ, Marilena. Brasil. *Mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- COSTA, Márcia Regina da. Os carecas de Cristo e as tribos urbanas do underground evangélico. In: BLASS, L. M. da S.; PAIS, J. M. *Tribos urbanas: produção artística e*

identidades. São Paulo: CAPES/Annablume, 2004.

CUNHA, Magali do Nascimento. *A explosão gospel*. Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X, Instituto Mysterium, 2007.

DOLGHIE, Jacqueline. Ziroldo. A Renascer em Cristo e a consolidação do mercado de música gospel no Brasil: uma análise das estratégias de marketing. *Ciencias Sociales y Religión*, Porto Alegre, v. 6, n. 6, p. 201-220, 2004.

_____. Novos paradigmas em comunicação e cultura para a análise do mercado religioso de cântico evangélico. *Revista Eletrônica de Ética e Cidadania*, v. 1, p. 66-82, 2005.

FINNEGAN, Ruth. O que vem primeiro: a palavra, a música ou a performance? In: MATOS, Cláudia Neiva de; TRAVASSOS, Elizabeth; MEDEIROS, Fernanda Teixeira (orgs.). *Palavra cantada: ensaios sobre poesia, música e voz*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2008.

FRESTON, Paul. Breve história do pentecostalismo brasileiro in: ANTONIAZZI, Alberto (org.). *Nem anjos nem demônios: interpretações sociológicas do pentecostalismo*. Petrópolis: Vozes, 1994.p 67-159.

FRIGERIO, Alejandro. O paradigma da escolha racional. Mercado regulado e pluralismo religioso. *Tempo Social*, revista de sociologia da USP, São Paulo, v, 20, n. 2, p. 17-39, 2008.

GARCIA, Walter. Está mais fácil trabalhar com canção popular-comercial no Brasil?. In: FIGUEIREDO, Priscila (coord.). *Revista Cultura e Pensamento*, nº 3. Brasília, DF: Ministério da Cultura e Fundação de Apoio à Pesquisa e à Extensão (FAPEX), 2007.

GUERRA, Lemuel. As influências da lógica mercadológica sobre as recentes transformações na Igreja Católica. *REVER*, São Paulo, n. 2, p. 1-23, 2003.

HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela Memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

MARANHÃO Fº., Eduardo Meinberg de Albuquerque. *A grande onda vai te pegar: mercado, mídia e espetáculo da fé na Bola de Neve Church*. Florianópolis, 2010. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC).

MARANHÃO Fº., “É dando-se à igreja que se recebe a graça de Deus”: Discurso econômico em uma igreja neopentecostal. In: MIRANDA, Daniela da Silveira, et al. *O gênero em diferentes abordagens discursivas*. São Paulo: Paulistana, 2011.

MARANHÃO Fº., Eduardo Meinberg de Albuquerque. **Em busca do sagrado**. Entrevista à Tribuna do Planalto. Disponível em: http://tribunadoplanalto.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=14543%3Aem-b-usca-do

[sagrado&catid=64%3Acomunidades&Itemid=6&showall=1](#)>. Acesso em: 4 jun.2012.*b*

MARANHÃO Fº., Eduardo Meinberg de Albuquerque. “Marketing de Guerra Santa”: da oferta e atendimento de demandas religiosas à conquista de fiéis-consumidores. In: *Horizonte*, Belo Horizonte, v. 10, n. 25, p. 201-232, jan./mar. 2012.

MARANHÃO Fº., Eduardo Meinberg de Albuquerque. Neopentecostalismo de supergeração. *História Agora*, São Paulo, v.1 (Dossiê Religiões e Religiosidades), n.10, p. 342-362, 2010 *a*.

MARANHÃO Fº., Eduardo Meinberg de Albuquerque. O corpo e o esporte como estratégias de marketing da Bola de Neve Church. *Oralidades*, São Paulo, v. 7, p. 35-52, jan./jun. 2010 *b*.

MARANHÃO Fº., Eduardo Meinberg de Albuquerque. *Pioneiros na educação religiosa*. Entrevista à Globo Educação. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/globoeducacao/noticia/2012/09/pioneiros-na-educacao-religiosa-je-suitas-influenciaram-o-sistema-atual.html>>. Acesso em: 2 set. 2012 *c*.

MARANHÃO Fº., Eduardo Meinberg de Albuquerque. Sensualidade e interdição do desejo na Bola de Neve Church. *Via Teológica*, Curitiba, v. 18, p. 147-169, 2009.

MARIANO, Ricardo. Efeitos da secularização do Estado, do pluralismo e do mercado religiosos sobre as igrejas pentecostais. *Civitas*, Porto Alegre, v. 3, n. 1, p. 111-125, jun. 2003.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostalismo: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo, Loyola, 1999.

MORAES, José Geraldo Vinci. História e música: canção popular e conhecimento histórico. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 20, n. 39, p. 203-221, 2000.

NAPOLITANO, Marcos. *História e Música: História cultural da música popular*. Belo Horizonte, Minas Gerais: Autêntica, 2002.

NOGUEIRA, Sebastiana Maria. A glossolalia (falar em línguas) no cristianismo do primeiro século e o fenômeno hoje. In: *Anais do II Encontro Nacional do GT História das Religiões e Religiosidades*. Revista Brasileira de História das Religiões – ANPUH. Maringá (PR) v. 1, n. 3, 2009. ISSN 1983-2859. Disponível em www.dhi.uem.br/gtreligiao/pub.html.

OLIVEIRA, Márcia Ramos de. Canto e tradição: a voz como narrativa histórica. In: PESAVENTO, Sandra Jatahy, ROSSINI, Miriam de Souza, SANTOS, Nádia Maria Weber. *Narrativas, imagens e práticas sociais*. Percursos em História Cultural. Porto Alegre, RS: Asterisco, 2008.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. O Discurso Religioso. In: *A linguagem e seu funcionamento*. As Formas do Discurso. Campinas, SP: Pontes, 1987.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *As formas do silêncio*. No movimento dos sentidos. Campinas,

SP: Ed. UNICAMP, 2007.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de discurso*. Princípios & Procedimentos. Campinas: Pontes, 2007.

ORO, Ari Pedro. Podem passar a sacolinha: um estudo sobre as representações do dinheiro no neopentecostalismo brasileiro. *Cadernos de Antropologia*, v. 9, p. 7-44, 1992.

RICHERS, Raimar. *O que é marketing*. Coleção primeiros passos, v.27, São Paulo, Brasiliense, 1994.

RIES, Al; TROUT, Jack. *Marketing de Guerra*. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

ROMERO, Mariana Taube. “Agora eu faço a diferença”: Projeto Amar (PA) e Christian Metal Force (CMF) - experiências religiosas e vivências do mundo entre grupos de jovens da Igreja Renascer em Cristo em Florianópolis. Dissertação em Educação apresentada à UDESC, Florianópolis, 2005. Orientação de Luiz Felipe Falcão.

SANT’ANNA, Affonso Romano. *Paródia, Paráfrase & Cia*. São Paulo: Ática, 1985.

TATIT, Luiz. *O Cancionista: composição de canções no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1996.

VALENTE, Heloísa de Araújo Duarte. *A canção das mídias: memória e nomadismo*. Sobre a canção das mídias. Disponível em: <www.hist.puc.cl/iaspm/baires/articulos/heloisadearaujo.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2009.

VALENTE, Heloísa de Araújo Duarte. *As vozes da canção na mídia*. São Paulo: Via Lettera Editora e Livraria Ltda / Fapesp., 2003.

VALENTE, Heloísa de Araújo Duarte. *Os cantos da voz entre o ruído e o silêncio*. São Paulo: Annablume, 1999.

RECEBIDO EM 20/05/12
APROVADO EM 26/05/12